BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan faktor utama dalam pembentukan pribadi manusia. Pendidikan sangat berperan dalam membentuk baik atau buruknya pribadi manusia menurut ukuran normatif. Menyadari akan hal tersebut, pemerintah sangat serius untuk menangani pendidikan yang baik. Dengan perhatian dari pemerintah diharapkan muncul generasi penerus bangsa yang berkualitas dan mampu menyesuaikan diri untuk hidup bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

Salah satu lembaga pendidikan yang memiliki perkembangan cukup pesat adalah Pusat Training Perbankan (PTP) Yogyakarta. PTP adalah lembaga pelatihan pengembangan SDM dalam bidang perbankan yakni pelatihan kepada komisaris, direksi, supervisor dan pemimpin cabang maupun staf perusahaan dalam rangka meningkatkan kemampuan agar bekerja secara maksimal dengan kemampuan yang handal. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut, maka perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang atau jasa yang diinginkan konsumen, sehingga setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono, 2002).

Pusat Training Perbankan sebagai institusi pelayanan dalam pelatihan dan pengembangan SDM yang padat modal dan sumber daya manusia, membutuhkan budaya perusahaan yang baik agar sumber daya yang tersedia

dimanfaatkan secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pada masa mendatang, kunci utama kesuksesan lembagan ini adalah terletak pada dua hal pokok yaitu pemanfaatan sumber daya khususnya SDM secara efektif dan efisien, dan kepuasan pemakai jasa dari PTP tersebut. Sejalan dengan perkembangan dan persaingan lembaga pendidikan yang ada, pada akhirnya kepuasan konsumen saja tidak cukup. Hal ini karena kualitas layanan yang baik dari PTP akan menciptakan kepuasan pada pemakai jasa PTP tersebut.

Adanya loyalitas dari pemakai jasa PTP maka hal ini sangat menguntungkan bagi lembaga pelatihan apalagi pelanggan mau menceritakan pengalamannya selama mengikuti pelatihan tersebut kepada pihak lain (*word of mouth*). Kepuasan konsumen merupakan salah satu upaya untuk menciptakan hubungan yang baik antara PTP dengan pelanggan. Pelanggan yang memperoleh produk atau jasa yang sesuai atau melebihi harapan, cenderung akan memberikan tanggapan yang positif bagi perusahaan. Salah satunya adalah memberikan *word of mouth* kepada rekan-rekannya. *Word of mouth* (WOM) merupakan salah satu cara yang efektif untuk membangun citra positif bagi lembaga pendidikan, selain itu WOM juga dapat meningkatkan frekuensi penggunaan terhadap produk dan jasa yang diberikan oleh lembaga pelatihan tersebut.

Sebuah proses pengambilan keputusan tidak hanya berakhir dengan terjadinya transaksi pembelian, akan tetapi diikuti pula oleh tahap perilaku purnabeli (terutama dalam pengambilan keputusan yang luas). Dalam tahap ini konsumen merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, ia akan

memperlihatkan peluang besar untuk melakukan pembelian ulang atau membeli produk lain di perusahaan yang sama di masa mendatang (Tjiptono, 1997).

Setyawati (2009) melakukan penelitian untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dalam meningkatkan WOM, Hasil pengujian dengan SEM menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM dan kepuasan pasien berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM.

Hasil temuan dari penelitian Li (2013) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan, namun demikian kualitas layanan ini tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas dan WOM. Hasil yang lain menemukan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh langsung terhadap loyalitas dan berpengaruh tidak langsung terhadap WOM, serta WOM berpengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen pada lembaga pendidikan tinggi di Taiwan

Chaniotakis dan Lymperopoulus (2009) dalam penelitiannya melakukan penerapan SERVQUAL dan dimensi yang digunakan pada penelitian mengacu pada studi yang dilakukan oleh Parasuraman et al. (1988) mengenai kualitas layanan. Penelitian ini menunjukkan bahwa disamping kepuasan, dimensi kualitas layanan secara langsung mempengaruhi WOM adalah empati. Dan selain empati, dimensi tanggapan, jaminan dan penampilan berpengaruh tidak langsung terhadap WOM melalui kepuasan.

Temuan penelitian yang dihasilkan oleh peneliti – peneliti terdahulu menjelaskan kualitas layanan pada lembaga pelatihan sangat penting dalam

meningkatkan kepuasan, loyalitas dan WOM. Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa sangatlah perlu memfokuskan pada kualitas layanan untuk meningkatkan posisi kompetitifnya agar pelanggan mencapai kepuasan dan akan merekomendasikan lembaga tersebut kepada rekan, keluarga maupun relasi lainnya. Pengukuran akan konsep minat WOM telah menjadi alur kajian modern pada teori, konsep dan permodelan manajemen dan strategi pemasaran. Minat WOM sebagai pendekatan strategik perusahaan, khususnya pada basis strategi mutu pelayanan dan nilai pelanggan sering kali bagi sebagian perusahaan dijadikan sebagai alat atau media yang berperan menentukan atas kepuasan konsumen. Mutu pelayanan dan nilai pelanggan, merupakan alternatif strategi yang terarah dan pilihan strategi yang tepat untuk mencapai kepuasan konsumen dan mendukung penerapan *customer relationship*, sehingga tujuan perusahaan sendiri dapat tercapai yaitu membangun minat WOM yang optimal.

Berdasarkan keterkaitan latar belakang yang disampaikan maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang *Word of Mouth* dalam lembaga pendidikan dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan, Loyalitas Dan Word Of Mouth Pada Pusat Training Perbankan (PTP) Yogyakarta."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?

3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap *Word of Mouth*?
4. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?
5. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap *Word of Mouth*?
6. Apakah loyalitas konsumen berpengaruh terhadap *Word of Mouth*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diangkat dalam penelitian, maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap *Word of Mouth*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap *Word of Mouth*.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh loyalitas konsumen terhadap *Word of Mouth*.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi pihak yang terkait, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi materi dalam mengembangkan ilmu, khususnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan, loyalitas dan word of mouth yang diterapkan dalam bidang jasa lembaga pendidikan.

2. Manfaat Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi manajemen PTP Yogyakarta dalam mengambil kebijakan di bidang kualitas layanan dalam rangka meningkatkan kepuasan, loyalitas dan word of mouth pada praktisi perbankan.

1.5 Sistematika Penulisan

Naskah penelitian ini terdiri dari 5 bab yaitu pendahuluan, kajian pustaka, metode penelitian, pembahasan, serta kesimpulan. Bab I merupakan bagian pendahuluan, berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Bab II sebagai kajian pustaka berisi teori-teori yang mendasari penelitian, penjelasan dari penelitian sebelumnya, pengembangan hipotesa dan kerangka konseptual. Bab III merupakan bagian metode penelitian yang berisi populasi dan sampel, sumber, teknik pengumpulan dan pengukuran data, dan alat uji yang digunakan dalam penelitian. Bab IV berisi

hasil analisis data dan pembahasannya. Bab V berisi kesimpulan, kritik, saran dan implikasi manajerial penelitian.