



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini bisnis perguruan tinggi swasta di Indonesia telah berkembang sangat pesat di Indonesia. Khususnya di daerah-daerah berkembang perguruan tinggi seolah saling berlomba untuk menarik para konsumennya. Sebut saja dalam kawasan Tangerang saat ini sudah berdiri beberapa perguruan tinggi seperti : Universitas Bina Nusantara, Universitas Serang Raya, Universitas Muhammadiyah Tangerang, Universitas Islam Syekh Yusuf, Universitas Mathla'ul Anwar, Universitas Pamulang, Universitas Multimedia Nusantara, Universitas Pelita Harapan, Universitas Pramita Indonesia, Universitas Swiss German dan perguruan tinggi lainnya.

Dalam hal publikasi, dulu sangat jarang kita temukan perguruan tinggi melakukan kegiatan promosi di media massa. Sekarang, perguruan tinggi di Jakarta dan di ibukota propinsi benar-benar memanfaatkan media cetak, radio, dan acara-acara lainnya sebagai sarana untuk berpromosi.

Kemajuan ini tentu membuat suatu peluang dan tantangan bagi Universitas yang baru untuk berkembang. Konsekuensi yang timbul adalah tingkat persaingan yang semakin ketat. Persaingan yang ketat inilah yang mendorong perguruan tinggi swasta untuk saling berlomba menjadi yang terbaik. Semua itu dalam rangka untuk mendapatkan loyalitas pelanggan dan target yang ingin dicapai oleh perusahaan. Oleh

karena itu kualitas dari pelayanan yang bisa di berikan kepada konsumen memiliki peranan yang sangat penting. Kualitas pelayanan dapat dijadikan sebagai salah satu alat berharga bagi perusahaan untuk menghadapi dan memenangi lingkungan bisnis yang semakin kompetitif tidak terkecuali di bidang pendidikan.

Di perguruan tinggi, untuk suatu konsumen puas dan mau merekomendasikan orang lain untuk berkuliah di perguruan tinggi tersebut tidak semata hanya dari pelajaran yang diberikan, namun juga dipengaruhi oleh banyak faktor.

Menurut Tony Wijaya (2011) “Terciptanya kualitas pelayanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap konsumen, yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya terjalin hubungan yang harmonis antara penyedia jasa dengan konsumen, memberikan dasar yang baik bagi terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk suatu persepsi untuk merekomendasikan dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi penyedia jasa tersebut yang dalam penelitian ini adalah Universitas Multimedia Nusantara.”

Menurut Harrison dan Walker (2000, 38) dalam buku yang di tuliskan Tony Wijaya adalah sebagai berikut :

Service quality is the “customer’s judgement about an entity’s overall excellence and suggests that perceived service quality is an attitude that results from a comparison of initial expectations of the service performance.

UMN, sebagai universitas yang baru, sangat perlu mengetahui dimensi-dimensi kualitas yang mendatangkan kepuasan bagi konsumen (mahasiswa). Celah (gap) yang ada sehingga penelitian ini dilakukan adalah upaya dalam peningkatan kualitas di Universitas Multimedia Nusantara masih berdasarkan pengamatan selintas dan *commonsense*, tidak mengacu pada faktor kualitas yang diteliti secara ketat.

Universitas Multimedia Nusantara tentunya ingin mengukur seberapa puasny konsumen akan pelayanan yang di berikan sehingga Universitas Multimedia Nusantara dapat memperbaiki kekurangannya. Melihat ini maka penulis mencoba untuk menganalisis tingkat kepuasan mahasiswa fakultas ekonomi terhadap kualitas jasa yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara.

Zeithmal (2003, 92), mendefinisi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

” Service quality can be defined as the expert of discrepancy between customers expectation or desired and their perceptions.”

Lebih dari itu, kepuasan pelanggan membawa dampak besar bagi organisasi, karena ini akan menentukan strategi yang akan digunakan oleh perusahaan untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan terpuaskannya pelanggan maka perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan pesaingnya.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan gap permasalahan di atas perlu dilakukan sebuah penelitian yang memberikan gambaran faktor-faktor apa yang menjadi pertimbangan kualitas dari konsumen. Penelitian dilakukan untuk menganalisis hubungan antara kualitas

layanan jasa dengan kepuasan konsumen pada fakultas ekonomi Universitas Multimedia Nusantara. Adapun 5 elemen dalam pelayanan jasa yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphathy* pada Universitas Multimedia Nusantara (parasurahman,1988).

Berdasarkan dengan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka perumusan masalah yang akan di bahas oleh penulis dalam karya tulis ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor hal-hal yang berwujud (*tangibles*) memiliki hubungan langsung dan positif dengan kepuasan pelanggan?
2. Apakah faktor kehandalan (*reliability*) memiliki hubungan langsung dan positif dengan kepuasan pelanggan?
3. Apakah faktor kecekatan (*responsiveness*) memiliki hubungan langsung dan positif dengan kepuasan pelanggan?
4. Apakah faktor jaminan (*assurance*) memiliki hubungan langsung dan positif dengan kepuasan pelanggan?
5. Apakah faktor empati (*emphathy*) memiliki hubungan langsung dan positif dengan kepuasan pelanggan?
6. Variabel kualitas produk jasa apa yang memiliki hubungan paling kuat dengan kepuasan pelanggan?

1.3 Pembatasan Penelitian

Mengukur kepuasan pelanggan adalah pekerjaan yang sangat kompleks. Berbagai variabel mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti kualitas produk, pelayanan yang diberikan, harga yang ditawarkan, kesesuaian dengan promo yang ditawarkan, dan nilai tambah lain yang diperoleh oleh konsumen. Namun dalam penelitian ini peneliti membatasi pada 5 elemen dalam pelayanan jasa yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphathy*.

Batasan lainnya adalah dalam pengambilan sample yang berakibat pada generalisasi yang sempit yaitu terbatas pada fakultas ekonomi Universitas Multimedia Nusantara.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mendapatkan gambaran tentang :

1. Menganalisa hubungan antara *responsiveness*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, dan *reliability* terhadap kepuasan konsumen Universitas Multimedia Nusantara.
2. Menganalisis variable yang memberikan kontribusi paling besar terhadap kepuasan pelanggan.
3. Menghasilkan model struktural dan matematis yang menggambarkan hubungan berbagai variable atau faktor kualitas jasa dengan kepuasan pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penulis dapat belajar bagaimana menganalisis secara langsung mengenai kualitas pelayanan dari Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu dengan adanya penelitian ini saya mendapatkan penambahan wawasan dan ilmu pengetahuan yang membantu saya dalam mengkombinasikan teori-teori yang telah dipelajari di dalam perkuliahan dengan kenyataan dilapangan.

2. Bagi Perusahaan (Universitas Multimedia Nusantara)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan informasi serta tolak ukur dalam membangun kualitas produk pendidikan Universitas Multimedia Nusantara untuk masa yang akan datang. Selain itu sebagai bahan pertimbangan untuk menganalisa kembali seberapa baik kualitas pelayanan Universitas Multimedia Nusantara dimata konsumennya.

3. Bagi Akademi

Memberikan sebuah model hubungan antara variable layanan jasa dengan kepuasan pelanggan di industri pendidikan pada Universitas Multimedia Nusantara yang dapat menjadi acuan pada penelitian di indutri sejenis.

4. Bagi Pembaca

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dalam melakukan suatu kajian tentang kualitas pelayanan dikemudian hari.

1.6 Metode dan Sistematika Penulisan Laporan Penelitian

Metode penelitian yang penulis gunakan terdiri dari :

1. Metode Kualitatif / Eksploratori

- Pengamatan lapangan dimana objek yang diamati adalah seluruh mahasiswa Fakultas ekonomi Universitas Multimedia Nusantara terkait dengan tingkat kepuasan yang mereka rasakan selama berkuliah.

- Indepth interview dilakukan dengan berkonsultasi dengan dosen pembimbing maupun dengan dosen lainnya yang membantu dalam penyusunan karya tulis ini.

- Studi pustaka dengan membaca dan memahami berbagai macam buku maupun bacaan lain seperti artikel, jurnal, yang terkait dengan penelitian ini. Dari data yang didapat dipakai sebagai pedoman dalam melakukan penelitian ini

2. Metode Kuantitatif / Deskriptif

- Survey responden dengan menyebarkan kuesioner dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan yang jelas dan tersusun kepada responden yang terpilih sebagai sampel.

- Pengolahan data akan di gunakan SPSS sebagai alat pembantu dalam mengolah data-data yang dihasilkan dari penyebaran kuesioner.

- Analisis statistik berdasarkan pada hasil pengolahan data.

1.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika penyusunan skripsi dibagi menjadi lima bab, dengan rincian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis akan menjabarkan hal-hal yang menjadi latar belakang penelitian ini, tujuan dan manfaat dari penelitian ini, masalah-masalah dan batasan masalah yang dikaji dalam penelitian ini.

Bab II : TELAAH LITERATUR

Dalam bab ini, penulis akan menjabarkan teori-teori yang relevan dalam penelitian ini.

Bab III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini, penulis akan menjabarkan tentang gambaran singkat objek penelitian, variable-variabel yang diteliti di dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sample dan teknik analisis data.

BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan tentang data-data yang berkaitan dengan jawaban responden terhadap variabel penelitian. Selanjutnya disajikan hasil analisis regresi guna mengetahui pengaruh dari variabel yang digunakan.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi simpulan dari hasil pembahasan yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian, implikasi hasil penelitian serta serta saran-saran.

A large, light blue watermark of the UMN logo is centered on the page. The logo consists of a circle containing a stylized building with several square windows, and the letters 'UMMN' are printed in a bold, sans-serif font below the circle.

UMMN