

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman dan semakin banyaknya perusahaan asing yang berada di Indonesia, mau tak mau memaksa para calon pencari kerja untuk mampu berbahasa Inggris dengan fasih. Pasalnya kebanyakan perusahaan ini mencari karyawan yang mampu mengikuti ritme dan komunikasi dengan klien yang berkebangsaan non Indonesia. Tak salah bila seleksi ketat saat interview diterapkan oleh beberapa perusahaan ternama. Mereka pastinya tidak ingin menerima calon karyawan yang tidak berkompeten dan fasih dalam penguasaan bahasa asing. Dengan sangat dibutuhkannya bahasa Inggris membuat tempat les bahasa Inggris mudah ditemukan. Pada saat ini di Kota Padang sudah menjamur lembaga les bahasa Inggris.

Dengan persaingan antara lembaga les bahasa Inggris yang sangat ketat membuat konsumen memiliki banyak opsi untuk memilih tempat les bahasa Inggris. Persaingan yang terjadi membuat setiap lembaga les bahasa Inggris menciptakan program yang efektif untuk konsumennya. Dengan program yang efektif memudahkan konsumen untuk menguasai bahasa Inggris.

LBPP LIA Didirikan 1988 di Padang 1 September 1988 Jl. Rasuna Said No.62 dengan Pimpinan H.A. Manan Mangun Dt. T. Sati atas permintaan dari Bapak Gubernur Sumatera Barat Ir. Azwar Anas Dt. Rajo Sulaiman, dengan tujuan untuk melatih Karyawan/wati di Jajaran Pemko Padang & Pemprov Sumbar. Disamping itu juga memberikan pengajaran Bahasa yang bermutu kepada masyarakat Sumatera Barat.

Tabel 1.1
Data Top Brand Les Bahasa Inggris Fase 2 2018

Merek	TBI (%)	Top
LIA	40	Top
<i>English First (EF)</i>	15,6	Top
<i>Build Better Commucation (BBC)</i>	11,2	Top
<i>Internasional Education Center (IEC)</i>	5,2	-

Sumber: Top Brand Index (2018)

Berdasar tabel 1.1 dapat dilihat bahwa LBPP LIA mendapat *Top Brand Index* 40% dengan kategori top. Kemudian English First mendapatkan *Top Brand Index* 15,6 % dengan kategori top. Selanjutnya *Build Better Comunication (BBC)* mendapatkan *Top Brand Index* 11,2 % dengan kategori top. *International Education Center (IEC)* tidak mendapatkan kategori Top dikarenakan memiliki *Top Brand Index* 5,2 %. Predikat TOP didapat apa bila *Top Brand Index* bila melebihi 10%. (Top Brand Indonesia)

Berikut ini ditampilkan hasil survei awal tentang kepuasan siswa yang belajar di LPBB LIA pada Tabel 1.2 sbagai berikut :

Tabel 1.2
Data Survei Awal Pada Siswa LPBB LIA Kota Padang

No	Pernyataan	Jawaban					Total	Mean	TCR (%)	Keterangan
		STP	TP	R	P	SP				
1	Pelayanan yang diberikan oleh LBPP LIA sesuai dengan harapan anda	1	5	2	9	3	20	3,40	68	Cukup Puas
2	Saya merekomendasikan LBPP LIA kepada orang lain	-	5	5	5	5	20	3,50	70	Cukup Puas
3	Saya puasa dengan hasil yang sudah diberikan oleh LBPP LIA	1	2	8	7	1	20	3,25	65	Cukup Puas
Total								3,38	67,5	Cukup Puas

Sumber: Survei Awal (2019)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat di ketahui bahwa nilai total rata-rata 3,38 dengan tingkat capaian responden 67,5. Hal ini mengidikasikan bahwa kepuasan siswa LBPP LIA Kota Padang dinyatakan cukup puas. siswa LBPP LIA masih merasa cukup puas, belum merasakan kepuasan sepenuhnya. Dengan siswa LIA

masih merasa cukup puas maka peneliti tertarik dengan untuk meneliti kepuasan konsumen LBPP LIA.

Selanjutnya, pada Tabel 1.3 dapat dilihat perkembangan siswa masuk LBPP LIA pada tahun 2015 sampai tahun 2018, sebagai berikut :

Tabel 1.3
Jumlah Siswa LBPP LIA

No	Tahun	Bulan				Total
		Januari – Maret	April – Juni	Juli – September	Oktober - Desember	
1	2015	80	85	92	88	345
2	2016	83	87	89	80	339
3	2017	85	80	85	79	329
4	2018	80	78	75	72	305
Total		328	330	341	319	1,318

Sumber: LBPP LIA

Berdasarkan tabel 1.3 pada tahun 2015 jumlah siswa yang les di LBPP LIA sebanyak 345 orang. kemudian pada tahun 2016 terjadi penurunan dengan jumlah siswa yang les di LBPP LIA sebanyak 339 orang. Selanjutnya juga terjadi penurunan pada tahun 2017 dengan jumlah siswa yang les di LBPP LIA sebanyak 329 orang. Dan pada tahun 2018 terjadi penurunan lagi dengan jumlah siswa yang les di LBPP LIA sebanyak 305 orang. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa jumlah siswa yang masuk LBPP LIA dari tahun 2015 sampai tahun 2018 terus mengalami penurunan,

Hal utama yang diprioritaskan oleh pihak manajemen adalah kepuasan konsumen agar dapat bertahan, dapat bersaing dan menguasai pangsa pasar. Pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah menciptakan para pelanggan yang puas (Tjiptono & Chandra, 2011). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Kepuasan akan

terbentuk ketika tingkat kepentingan sama dengan kinerja yang dirasakan, sedangkan kepuasan maksimal akan dirasakan ketika kinerja yang dirasakan jauh melebihi tingkat kepentingan yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas dan senang (Kotler, 2005).

Menurut Swastha (2010) ada lima penggerak utama kepuasan pelanggan, yaitu : kualitas pelayanan, harga, faktor emosional, lokasi dan kemudahan mendapatkan jasa. Faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan (Kotler & Armstrong, 2008). Dengan adanya pelayanan yang baik tentunya akan meningkatkan kepuasan pengunjung yang datang. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono & Chandra, 2011). Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung maka, semakin besar rasa puas yang akan diterima konsumen. Dalam penelitian Chandra dan Tielung (2015) yaitu pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan konsumen menggunakan Hotel Baliem Pilamo Di Wamena. Hasil membuktikan Bahwa variabel Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif terhadap kepuasan.

Lokasi suatu usaha akan menjadi penting untuk konsumen . Lokasi menjadi faktor utama dari keberhasilan suatu penjualan suatu produk atau jasa. Jika perusahaan berhasil mempertahankan lokasi yang strategis, maka itu dapat menjadi rintangan yang efektif bagi para pesaing untuk mendapatkan akses

kepasar (Tjiptono & Chandra, 2011). Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan (Swastha, 2010). Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Faktor lokasi yang baik adalah relatif untuk setiap jenis usaha yang berbeda. Dengan adanya pemilihan lokasi yang benar akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis. Dalam hasil penelitian Ardiawan (2018) yaitu pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada lapangan futsal Mareno 2 Ngunut Tulungagung Tahun 2017. Hasil membuktikan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen lapangan futsal Mareno 2 Ngunut Tulungagung Tahun 2017.

Harga menjadi sangat penting bagi pelanggan karena akan menjadi pedoman untuk mengukur kesesuaian antara manfaat produk yang diterima dengan pengorbanan yang telah diberikan baik berupa uang maupun pengorbanan tertentu. Harga sering kali sebagai nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa yang mana pada tingkat harga tertentu bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Demikian pula pada tingkat harga tertentu, nilai suatu barang dan jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya manfaat yang dirasakan. (Kotler & Armstrong, 2008). Dalam hasil penelitian Gulla (2015) tentang analisis harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel Manado grace inn. Hasil membuktikan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada hotel Manado grace inn.

Sehingga didapatkan kesimpulan awal bahwa kepuasan siswa dalam pemilihan lembaga les bahasa inggris LIA di Kota Padang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, lokasi dan harga yang dirasakan oleh siswa lembaga les bahasa inggris LIA kota Padang itu sendiri. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Kepuasan Siswa (Studi Kasus LBPP LIA Kota Padang)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka yang menjadi masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan siswa LBPP LIA Padang?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan siswa LBPP LIA Padang?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan siswa LBPP LIA Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian yang ini dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan siswa LBPP LIA Padang.
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan siswa LBPP LIA Padang.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga berpengaruh terhadap kepuasan siswa LBPP LIA Padang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi dan masukan bagi lembaga les bahasa Inggris LIA kota Padang untuk lebih memahami sejauh mana peranan kualitas pelayanan, lokasi, dan harga terhadap kepuasan konsumen.

2. Bagi Akademis

Sebagai sumbangan konseptual, bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan kajian ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan siswa.