

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Universitas adalah lembaga pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi. Pendidikan tinggi dapat berbentuk perguruan tinggi, politeknik, sekolah menengah atas, institusi dan universitas. Banyaknya jumlah perguruan tinggi membuat persaingan antar perguruan tinggi menjadi sangat ketat. Kunci keberhasilan suatu universitas dalam menarik calon konsumen adalah adanya perbaikan, inovasi, kreativitas dan keunggulan yang harus dimiliki oleh universitas tersebut. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan calon konsumen dalam memilih suatu universitas, artinya setiap universitas harus mampu menciptakan ide-ide baru dalam menawarkan produk kepada calon konsumen agar calon konsumen tertarik dengan produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dan promosi menjadi salah satu variabel yang menentukan pilihan perguruan tinggi.(Lubis & Hamdan, 2020)

Untuk bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat, lembaga pendidikan menerapkan berbagai strategi. Hal ini didorong oleh bimbingan lembaga-lembaga pendidikan tersebut untuk selalu mempertahankan keunggulan dalam persaingan pasar. Strategi yang umum digunakan antara lain strategi promosi pemasaran. Strategi tersebut harus sesuai dengan situasi

dan kondisi perusahaan, ketersediaan dana serta manfaat yang dapat diperoleh melalui kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan. (Reza Suriansha, 2021)

Kualitas layanan dan promosi menjadi beberapa variabel yang menentukan pilihan perguruan tinggi swasta. Kualitas pelayanan mengacu pada tingkat kemampuan perusahaan dalam menyediakan segala kebutuhan yang memenuhi harapan pelanggan. Perusahaan sangat perlu memperhatikan kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan yang baik dapat memberikan kepuasan yang sesuai dengan harapan konsumen sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Promosi adalah suatu teknik mengkomunikasikan barang dan jasa yang ditawarkan sehingga calon konsumen akan mengetahui dan membelinya. Promosi dilakukan untuk memperkenalkan produk suatu perusahaan, dengan tujuan memberikan informasi, menarik perhatian, sehingga menimbulkan dampak keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian merupakan keputusan yang melibatkan persepsi harga, nilai, dan kualitas. Kualitas pelayanan yang baik dan promosi yang menarik akan berdampak pada keputusan pemilihan. (Kamanda, 2022)

Promosi juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan dalam memilih barang atau jasa. Promosi merupakan aliran informasi satu arah yang dirancang untuk mengarahkan individu atau organisasi untuk mengambil tindakan, sehingga menciptakan pertukaran atau transaksi dalam pemasaran. Promosi membuat orang-orang yang sebelumnya tidak tertarik menggunakan suatu layanan menjadi cukup tertarik untuk

mencoba layanan tersebut. Di tengah persaingan yang ketat, strategi promosi yang tepat juga dapat menciptakan minat menggunakan layanan. Faktor ini sangat berpengaruh agar pelanggan tertarik menggunakan layanan tersebut karena promosi yang ditawarkan sesuai dengan fasilitas dan layanan yang didapat. (Nancy Kaligis & Sicilia Rawung, 2022)

Oleh karena itu apabila Universitas PGRI Palembang ingin meningkatkan jumlah mahasiswa dan meningkatkan minat calon mahasiswa yang memilih kuliah di Universitas PGRI Palembang, maka Universitas PGRI Palembang harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanannya dengan cara membangun Gedung kampus, fasilitas kelas, fasilitas olahraga, lab praktikum sesuai dengan kebutuhan Program Studi, pengembangan pusat karir, sarana perpustakaan berikut dengan ketersediaan bukunya, kantin dan lain-lain.

Promosi merupakan suatu kegiatan komunikasi antara perusahaan dengan konsumen yang bertujuan untuk mengingatkan konsumen agar melakukan pembelian sesuai dengan keinginannya. Untuk menarik minat siswa baru dalam memilih sekolah, perlu dilakukan publisitas melalui media elektronik, cetak, dan lainnya. Tujuannya adalah untuk menyampaikan informasi dan menarik perhatian sehingga dapat meningkatkan jumlah mahasiswa. Begitu pula pelayanan terhadap calon mahasiswa baru harus ditingkatkan untuk meningkatkan jumlah mahasiswa. Perguruan tinggi yang berkualitas dapat menentukan karir seseorang di dunia kerja dan menjadikannya lebih profesional, sehingga pendidikan tinggi saat ini dianggap sangat penting oleh masyarakat.

Dengan demikian berdasarkan uraian yang dikemukakan diatas, maka penelitian dalam hal ini merasa tertarik untuk melakukan suatu kegiatan penelitian dengan mengangkat topik yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Berkuliah Di Universitas PGRI Palembang”**.

1.2 Batasan Masalah

Peneliti secara menyeluruh menyadari adanya keterbatasan waktu, biaya dan kemampuan, maka penulis perlu memberi batasan masalah secara jelas dan berfokus, maka dari itu agar masalah tidak melebar begitu luas penulis hanya berfokus pada judul yang akan diteliti yaitu **“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Berkuliah Di Universitas PGRI Palembang”**.

1.3 Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan mahasiswa berkuliah di universitas PGRI Palembang
2. Apakah ada pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa berkuliah di universitas PGRI Palembang
3. Apakah ada pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan mahasiswa berkuliah di universitas PGRI Palembang

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan mahasiswa berkuliah di universitas PGRI Palembang

2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan mahasiswa berkuliah di universitas PGRI Palembang
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan mahasiswa berkuliah di universitas PGRI Palembang

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Universitas PGRI Palembang

Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat sebagai masukan dan saran bagi para mahasiswa di universitas PGRI Palembang. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan rujukan, bahkan juga bisa dijadikan bahan pembandingan maupun studi lanjutan bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan, dan melengkapi koleksi perpustakaan.

2. Bagi Obyek Yang Diteliti (Universitas PGRI Palembang)

Diharapkan hasil penelitian dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas layanan dan strategi promosi di masa depan.