

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perubahan pembangunan yang terus menerus di Indonesia pada saat ini telah mempengaruhi kehidupan dan tata ekonomi masyarakat Indonesia, dimana dituntut adanya manusia yang menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, karena hal tersebut diperlukan untuk mendukung pembangunan agar dapat segera dicapai seperti apa yang telah diharapkan. Mengingat hal tersebut diatas maka banyak bermunculan tempat-tempat kursus, baik kursus bahasa asing, kursus komputer, kursus 'desain, interior serta kursus-kursus yang lain.

Kehadiran tempat-tempat kursus, terutama kursus bahasa asing dan komputer merupakan hal yang sudah tidak asing lagi, karena tempat kursus tersebut dirasa penting dan dibutuhkan oleh masyarakat untuk memenuhi tuntutan yang ada saat ini.

Disamping memberikan tambahan ilmu pengetahuan, pihak manajemen perusahaan tempat kursus tersebut juga bersaing dengan manajemen tempat kursus yang lain. Baik fasilitas, mutu, kualitas dari pada instruktur maupun biaya kursus.

Dengan banyaknya tempat-tempat kursus yang bermunculan, menyebabkan pihak manajemen dari masing-masing tempat kursus tersebut harus bersaing untuk memberikan pelayanan dan hasil yang memuaskan dan benar-benar mengetahui serta mengerti tentang apa yang dibutuhkan oleh para konsumen.

Tetapi antara tempat kursus yang satu dengan tempat kursus yang lain ternyata memberikan pelayanan yang hampir sama dan mengetahui serta mengerti tentang apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Disamping dalam hal pelayanan, para pengelola tempat kursus tersebut juga bersaing dalam hal promosi dan harga. Promosi dan harga sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen untuk mengikuti suatu kursus.

Dengan adanya promosi maka konsumen dapat mengetahui gambaran tentang tempat kursus yang bersangkutan, manfaat yang akan diperoleh dengan mengikuti kursus tersebut, besarnya biaya kursus serta fasilitas yang tersedia. Sedangkan harga juga sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam mengikuti suatu kursus, karena dengan kondisi krisis ekonomi seperti saat ini maka konsumen juga sangat berhati-hati dalam melakukan pengambilan suatu keputusan. Konsumen tentunya akan membanding-bandingkan antara tempat kursus yang satu dengan tempat kursus yang lain khususnya dalam hal biaya karena konsumen juga akan menyesuaikan biaya tersebut dengan pendapatan yang mereka anggarkan untuk biaya kursus.

Hal-hal tersebut diataslah yang menyebabkan para pengelola tempat kursus bersaing dalam hal promosi dan harga. Sehingga dalam penelitian ini diteliti tentang pengaruh promosi dan harga terhadap pengambilan keputusan untuk mengikuti kursus di AEC'S Surabaya.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan suatu pokok masalah yang diteliti yaitu:

1. Apakah promosi dan harga berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen untuk mengikuti kursus di AEC'S Surabaya?
2. Diantara kedua hal tersebut di atas, manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap sikap konsumen dalam pengambilan keputusan konsumen untuk mengikuti kursus di AEC'S Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah promosi dan harga berpengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan konsumen untuk mengikuti kursus di AEC'S Surabaya.
2. Untuk mengetahui, diantara kedua hal tersebut di atas manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap pengambilan keputusan konsumen untuk mengikuti kursus di AEC'S Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi penulis, adalah dapat memperluas dan menambah pengalaman sebab dengan melakukan penelitian ini dapat dilakukan perbandingan antara ilmu pengetahuan dan teori-teori yang telah didapat di bangku kuliah dengan praktek yang berlaku di lapangan.
- b. Bagi badan usaha yang bersangkutan, adalah sebagai masukan yang berguna untuk menentukan kebijakan apa yang seharusnya digunakan.
- c. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala, hasil penelitian ini kiranya dapat digunakan untuk menambah perbendaharaan perpustakaan dan

sebagai bahan perbandingan bagi rekan mahasiswa dan mahasiswi yang mengadakan penelitian terhadap masalah yang sama di masa yang akan datang.

- d. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menambah wawasan pengetahuan di bidang yang dibahas.

1.5. Sistematika Skripsi

Sistematika pembahasan mengemukakan secara garis besar mengenai isi penulisan secara sistematis yang dilakukan, yaitu dengan pembahasan bab demi bab, dimana skripsi ini terdiri dari 5 bab yaitu:

BAB 1. PENDAHULUAN

Dalam bab ini menerangkan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN

Dalam bab ini menerangkan tentang landasan teori yang meliputi: Pemasaran dan Manajemen Pemasaran, Pengertian Pemasaran, Pengertian Manajemen Pemasaran, Fungsi Pemasaran, Konsep Pemasaran, Pengertian Perilaku Konsumen, Faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen, Faktor utama yang mempengaruhi perilaku pembeli, Tahap-tahap dalam proses keputusan membeli, Definisi Pasar, Pasar Sasaran, Definisi Harga, Tujuan Penetapan Harga, Macam-macam Bauran Promosi, Pengertian Iklan, Sifat Iklan, Sikap Terhadap Iklan, Pengertian Pemasaran Jasa dan Klasifikasi Jasa, Hakekat Jasa, dan disertai dengan hipotesis.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menerangkan tentang: desain penelitian, identifikasi varia-

bel, definisi operasional, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, populasi sampel, tehnik pengambilan sampel, tehnik pengambilan data, tehnik analisis dan prosedur pengujian hipotesis.

BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai: gambaran umum obyek, deskripsi data, analisis data dan pembahasan.

BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan membahas kesimpulan yang didasarkan pada pembahasan dan uraian-uraian pada bab-bab sebelumnya serta saran-saran yang kira-kira dapat bermanfaat bagi perusahaan pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

