

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada saat ini, perkembangan pada dunia usaha di Indonesia sudah semakin luas, baik di bidang produksi, jasa ataupun industri. Semakin besarnya jumlah usaha di Indonesia maka semakin ketatnya persaingan di dunia usaha ini. Persaingan di dunia usaha yang terjadi tidak hanya dalam bidang produk tetapi persaingan juga terjadi dalam bidang jasa. Jasa merupakan kegiatan atau tindakan yang tidak berwujud, tidak bisa diraba namun bisa direncanakan dan dilakukan.

Ada berbagai jenis jasa yang dibutuhkan manusia antara lain jasa usaha rumah, jasa perumahan, jasa kesehatan, jasa bisnis, jasa rekreasi, jasa keuangan, jasa komunikasi, jasa transportasi dan jasa pendidikan ([seputarpengetahuan.co.id](http://seputarpengetahuan.co.id)). Jasa pendidikan dapat dilakukan secara formal seperti melakukan pembelajaran di sekolah atau non formal seperti melakukan bimbingan belajar di tempat kursus. Pembelajaran yang dilakukan di tempat kursus tentulah secara non formal, dengan tujuan agar mendapatkan ilmu yang lebih yang tidak dapat dipenuhi di sekolah dengan berbagai faktor.

Tempat kursus atau bimbingan belajar berusaha untuk bertahan dan berkembang dalam dunia jasa pendidikan dengan cara mengoptimalkan pembelajaran yang mereka lakukan. Tempat kursus atau bimbingan belajar juga memasarkan tempatnya dengan tujuan agar masyarakat umum mengetahui pendidikan secara non-formal, pendidikan yang tidak hanya dilakukan di sekolah saja. Sebelum melakukan pemasaran, mereka menentukan strategi yang matang sebelum melakukan promosi. Promosi mempunyai kekuatan dalam memasarkan produk atau pun jasa. Bauran promosi yang dilakukan adalah periklanan (*advertising*), penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, informasi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) dan pemasaran langsung.

Melihat persaingan yang tinggi pada bisnis ini, penyedia jasa harus menentukan promosi apa yang tepat untuk digunakan. Pada umumnya konsumen akan menentukan pilihannya berdasarkan dari pengalaman orang lain, agar sudah yakin ketika ingin menentukan pilihan. Berawal dari mulut ke mulut atau dikenal dengan istilah *word of mouth* suatu usaha bisa dikenal baik atau buruk. Peranan promosi dari mulut ke mulut memiliki pengaruh untuk kelanjutan suatu bisnis, terkhususnya bisnis di bidang jasa. Jadi, peranan promosi dari mulut ke mulut (WOM) dapat menarik pelanggan secara tidak langsung.

Komunikasi melalui *Word of Mouth* terbentuk dari apa yang sudah diterima dari konsumen. Komunikasi ini terdapat 2 kemungkinan yaitu bersifat positif dan bersifat negatif. WOM dengan sifat positif dimana konsumen pengguna jasa merasa puas dengan senang terhadap jasa yang telah ia terima. WOM dengan sifat negatif ialah ketika konsumen tidak merasa puas dengan jasa yang mereka peroleh. Ketika informasi yang didapat positif atau negatif maka akan berdampak pada keputusan dari konsumen untuk memilih menggunakan produk tersebut atau tidak. Informasi yang didapat akan menjadi evaluasi untuk menentukan apakah cocok dengan yang dibutuhkan konsumen atau malah sebaiknya. Informasi tersebut dapat diperoleh dari lingkungan sekitar seperti keluarga, teman, tetangga, rekan kerja ataupun orang yang telah menggunakan produk tersebut.

*Word of Mouth* bisa berperan sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian karena calon konsumen mendapatkan informasi dari seseorang atau kerabat yang telah menggunakan produk. Informasi yang didapatkan bisa berupa saran, masukan, rekomendasi yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk memilih menggunakan produk tersebut atau tidak. Keputusan pembelian dari konsumen juga berperan bagi perusahaan untuk mengukur strategi pemasaran yang digunakan sudah berhasil atau tidak dengan promosi yang telah dilakukan.

Salah satu bimbingan belajar di kota Palembang yang menggunakan *Word of Mouth* adalah Bimbingan Belajar Primagama. Bimbingan Belajar Primagama di Kota Palembang terdapat 8 cabang yaitu Primagama Burlian, Primagama Plaju, Primagama

Bukit, Primaga Lemabang, Primagama KM 10, Primagama Kenten, Primagama Jakabaring dan Primagama Talang Kelapa. Dari 8 cabang tersebut peneliti melakukan penelitian di Primagama Lemabang Palembang. Siswa dan orang tua memilih Primagama Lemabang untuk menjadikan sebagai tempat pembelajaran non-formal atau melakukan bimbingan belajar guna mendapatkan ilmu yang tidak didapatkan di sekolah secara keseluruhan dengan promosi yang telah Primagama Lemabang lakukan. Promosi dilakukan guna untuk memberikan informasi mengenai bimbingan belajar atau program pembelajaran yang disediakan, fasilitas yang didapatkan, layanan yang diberikan dan harga serta lokasi dari Primagama Lemabang itu sendiri. Kegiatan yang Primagama Lemabang lakukan adalah dengan membagikan brosur ke sekolah-sekolah, mengadakan seminar ke sekolah-sekolah serta menjadi salah satu pendukung dari suatu acara yang diadakan sekolah. Primagama juga memasang spanduk di depan gedungnya agar mempermudah calon konsumen mengetahui letak dan lokasi Primagama Lemabang.

Primagama Lemabang juga memanfaatkan *Word of Mouth* sebagai media promosi seperti “*Member Get Member*”. “*Member Get Member*” merupakan salah satu promosi *Word Of Mouth* yang ada di Primagama Palembang, “*Member Get Member*” adalah sebuah voucher yang digunakan untuk para siswa dapat mengajak temannya. Voucher ini sudah ada sejak tahun 2009. Promosi *Word of Mouth* yang ada pada Primagama Lemabang tidak hanya itu saja, ada juga serta pendaftaran dengan secara per kelompok, dimana siswa akan mendapatkan potongan harga apabila mendaftar bersama dengan teman atau secara berkelompok dengan jumlah anggota 5 orang. Tidak hanya itu saja, Siswa Primagama Lemabang juga memberikan testimoni setelah menjadi siswa bimbingan belajar yang dimana hal tersebut dapat menarik perhatian calon siswa Primagama agar mau mengikuti bimbingan belajar di Primagama. Promosi tersebut dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah siswa yang mengikuti bimbingan belajar di Primagama Lemabang Palembang. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Cabang Primagama Lemabang, pada tahun ajaran 2020/2021 sebanyak 40% siswa yang di Primagama Lemabang melakukan pendaftaran

dari “*Member Get Member*” yang merupakan salah satu dari promosi *Word Of Mouth* dan untuk siswa lainnya melakukan pendaftaran bisa dari beberapa promosi yang telah dilakukan oleh Primagama Lemabang. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai *Word of Mouth* di Primagama Lemabang Palembang.

Berdasarkan latar belakang di atas, untuk mengetahui dan memahami sejauh mana promosi *Word of Mouth* (WOM) berpengaruh kepada keputusan siswa memilih bimbingan belajar di Primagama Lemabang Palembang. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN SISWA MEMILIH BIMBINGAN BELAJAR DI PRIMAGAMA LEMABANG PALEMBANG”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari uraian latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah *Word of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan Siswa Memilih Bimbingan Belajar di Primagama Lemabang Palembang?.

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Penulis membatasi ruang lingkup pembahasan agar lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan yang ada yaitu Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Siswa Memilih Bimbingan Belajar di Primagama Lemabang Palembang.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Siswa Memilih Bimbingan Belajar di Primagama Lemabang Palembang.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini, sebagai berikut:

#### **a. Bagi Penulis**

Dengan adanya penelitian ini penulis dapat menambah pengetahuan mengenai ilmu pemasaran dan khususnya bauran promosi terutama mengenai *Word of Mouth*.

#### **b. Bagi Perusahaan**

Dengan adanya penelitian ini, sebagai bahan masukan dan saran bagi perusahaan dalam menggunakan media promosi.

#### **c. Bagi Pihak Lain**

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap dapat menambah pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa dan juga dapat menjadi bahan bacaan dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

## **1.5 Metodologi Penelitian**

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Primagama Lemabang Palembang yang beralamat di Jalan R.E. Martadinata No. 9G, 2 Ilir, Kec. Ilir Timur II, Kota Palembang dan yang menjadi subjek penelitian adalah tentang promosi.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

Jenis dan sumber data yang penulis gunakan dalam menulis Laporan Akhir adalah:

#### **1. Data primer**

Menurut Yusi dan Idris (2016:109), “Data Primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya”. Data primer yang penulis peroleh dalam penelitian

ini adalah kuesioner yang disebarakan kepada siswa di Primagama Lemabang Palembang dan hasil wawancara dengan Kepala Cabang.

## 2. Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Dalam laporan ini penulis menggunakan data sekunder yang diperoleh dari studi kepustakaan dan data jumlah siswa.

### 1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian kali ini yang dapat menunjang penulis dalam pengumpulan data ada dua, yaitu:

#### 1. Riset Lapangan (*Field Research*)

##### a. Wawancara

Menurut Yusi dan Idris (2009:108), “Wawancara adalah percakapan dua arah inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden”. Wawancara dilakukan kepada Kepala Cabang Primagama Lemabang Palembang untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan judul penelitian.

##### b. Kuisioner (angket)

Menurut Sugiyono (2009:199), “Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Kuesioner akan dibagikan kepada siswa Primagama Lemabang Palembang untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan judul penelitian.

#### 2. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

Penulis menggunakan sumber-sumber terlulis dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data-data yang sesuai dengan judul penelitian laporan yang akan dijadikan sebagai landasan teori pada pembahasan selanjutnya.

### 1.5.4 Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Menurut Sugiyono (2009:115). Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMP dan SMA Primagama Lemabang Palembang.

**Tabel 1.1**

**Jumlah siswa di Primagama Lemabang Palembang**

Tahun Ajaran	SMP	SMA	Total
2018/2019	39	73	112 Siswa
2019/2020	47	72	119 Siswa
2020/2021	16	35	51 Siswa

*Sumber: Primagama Lemabang Palembang, 2021*

#### b. Sampel

Menurut Sugiyono (2012:73), “sample adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul *representative* (mewakili)”. Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi.

Menurut Arikunto (2012:104) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang responden, maka jumlah sampelnya diambil keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya.

Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya kurang dari 100 orang responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada di Primagama Lemabang Palembang yaitu 51 siswa.

### 1.5.5 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Yusi dan Idris (2009:64), definisi dari teknik pengambilan sampel yaitu cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representative atau benar-benar dapat mewakili populasi.

Dalam penelitian ini teknik yang dilakukan adalah sampel jenuh. Sampel jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampelnya.

### 1.5.6 Kerangka Pemikiran

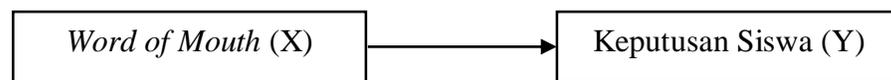
Menurut Sugiyono (2018:57), Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat nilai dari orang, objek, organisasi atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini, penulis menggunakan dua variabel. Adapun variabel dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Variabel Independen (X)

Variabel independen (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (Y) dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *Word of Mouth*.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (X). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Keputusan Siswa.



**Gambar 1.1**  
**Konseptual Kerangka Berpikir**

### 1.5.7 Hipotesis

Menurut Yusi dan Idris (2020:274), “Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara terhadap permasalahan yang sedang dihadapi”. Hipotesis dirumuskan dari kerangka berpikir untuk menjadi penjelasan sementara atas masalah yang dirumuskan. Hipotesis statistiknya adalah:

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *Word of Mouth* terhadap keputusan siswa memilih bimbingan belajar di Primagama Lemabang Palembang

H<sub>a</sub>: Ada pengaruh yang signifikan antara *Word of Mouth* terhadap keputusan siswa memilih bimbingan belajar di Primagama Lemabang Palembang

### 1.5.8 Analisis Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif. “Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam skala numerik” (Yusi dan Idris, 2009: 102). Penulis menggunakan analisis data kuantitatif (angka/hitungan) sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan. Penulis akan melakukan perhitungan hasil kuesioner dengan memanfaatkan aplikasi SPSS. Dengan melakukan pengujian di bawah ini:

#### a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah sebuah pengukuran terhadap data yang diolah untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat mengukur apa yang diukur (Setiawan dkk, 2015:72). Uji Validitas digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner dan dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner yang telah dibuat oleh penulis dari hasil penyebaran kuesioner. Kemudian untuk menentukan apakah valid atau tidaknya maka dicari nilai r tabel dengan program SPSS. Nilai r hasil bandingan dengan r tabel, dengan kriteria

- 1) Jika r hasil positif dan r hasil > r tabel maka variabel tersebut valid.
- 2) Jika r hasil tidak positif dan r hasil < r tabel maka variabel tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Erlina (2011:49) Uji reliabilitas adalah uji yang menunjukkan tingkat seberapa besar suatu alat pengukur mengukur dengan stabil dan konsisten. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliable atau handal apabila jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan atau pernyataan adalah stabil atau konsisten dari waktu ke waktu. Adapun kriteria pengujian reliabilitas:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha)  $> 0,60$  maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik atau dengan kata lain reliabel atau percaya.
2. Jika nilai koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha)  $< 0,60$  maka instrumen yang diuji tidak reliabel.

c. Uji t

Menurut Ghozali Dalam penelitian (Andrew A. Lumintang, 2013) Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan uji t, yaitu untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu *Word of Mouth* terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian secara parsial atau terpisah. Pengujian melalui uji t adalah membandingkan t hitung dengan t tabel pada derajat signifikan 5%. Apabila hasil pengujian menunjukkan:

- a.)  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau apabila probabilitas kesalahan kurang dari 5% maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima. Artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b.)  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  atau apabila probabilitas kesalahan lebih dari 5% maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

d. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dapat diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel independen. Apabila nilai koefisien korelasi (R) diketahui, maka untuk mendapatkan koefisien determinasi dapat diperoleh dengan

mengkuadratkannya. Besarnya koefisien determinasi dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

e. Regresi Linier Sederhana

Menurut Yusi dan Idris (2020:154) Regresi linier sederhana adalah suatu pola hubungan yang berbentuk garis lurus antara suatu variable yang diprediksi dengan satu variabel yang mempengaruhinya atau variable bebas.

Maka dari itu analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *Word Of Mouth* terhadap keputusan pembelian. Penulis menggunakan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta dari persamaan regresi

b = Koefisien Regresi X

X = *Word of Mouth*

f. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2009:132), “Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Metode ini penulis gunakan untuk menghitung persentase jawaban atas kuesioner yang penulis bagikan kepada siswa Primagama Lemabang Palembang.

**Tabel 1.2**  
**Skala Likert**

<b>No.</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Skala</b>
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

*Sumber: Riduwan (2010: 38-39)*