

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Sistem pendidikan Indonesia meningkat kencang, bukti dari majunya pendidikan di Indonesia salah satunya adalah dengan munculnya institusi-institusi pendidikan informal. Institusi-institusi pendidikan informal ini muncul dikarenakan semakin tingginya tuntutan dan persaingan para peserta didik dalam pendidikan baik disekolah maupun pasca-sekolah. Lembaga-lembaga pendidikan non-formal berguna untuk peserta didik dalam menyesuaikan kapasitas diri serta potensi dirinya dalam tingginya tuntutan pendidikan agar mampu bersaing dalam dunia akademis, sosial maupun kerja.

Perkembangan dari lembaga-lembaga pendidikan non-formal di Indonesia menunjukkan adaptasi yang kuat terhadap kebutuhan peserta didik dalam menghadapi tuntutan pendidikan dan persaingan di berbagai bidang. Institusi-institusi pendidikan informal, seperti bimbingan belajar, kursus, pelatihan keahlian, dan sejenisnya, memberikan kesempatan bagi individu untuk mengembangkan potensi mereka di luar lingkup kurikulum formal di sekolah. Mereka memberikan bantuan tambahan untuk memperdalam pemahaman materi, meningkatkan keterampilan, atau bahkan mengeksplorasi minat yang mungkin tidak tercakup dalam kurikulum sekolah. Dengan adanya lembaga-lembaga pendidikan non-formal ini, peserta didik dapat menyesuaikan pembelajaran mereka sesuai dengan kebutuhan dan minat pribadi. Hal ini juga membantu mereka bersaing lebih baik di dunia akademis, sosial, dan pasar kerja yang semakin kompetitif. Namun, dalam perkembangannya, perlu juga memastikan bahwa

lembaga-lembaga pendidikan non-formal ini tetap memberikan standar pendidikan yang baik dan berkualitas.

Global Art adalah lembaga pendidikan non-formal bersifat non-akademis yang berpusat pada bidang seni untuk memacu pemikiran kreatif pada anak yang memberikan mereka kesempatan untuk belajar, menjelajahi, dan menemukan batasan baru dalam berpikir serta bertindak berbagai macam hal berbeda. Global Art berdiri pada tahun 1999 dengan nama *Global Art Creative Learning Methodology* didirikan oleh Mr. Mohair Goh dengan pusat di Malaysia. Global Art sendiri lebih memusatkan kegiatan bimbingan belajar dalam bidang seni rupa. Melalui program bimbingan seni ditempat dan lingkungan belajar yang menginspirasi, peserta didik dapat meningkatkan dan memperkuat disiplin belajar, kreatif dalam berekspresi, meningkatkan kemampuan artistik, dan mengoptimalkan pengalaman dalam belajar dan potensi diri dalam hidup mereka.

Kegiatan bimbingan belajar dalam Global Art disusun dan dibagi menjadi kursus berbasis usia agar dapat menyesuaikan gaya dan kemampuan belajar pada peserta didik. Peserta didik akan dibimbing menggunakan buku kerja individu lengkap dengan alat dan materi yang disesuaikan yang berguna agar peserta didik dapat mendorong pemikiran, pembelajaran dan tindakan mandiri. Menggunakan pedoman dan teori seni, guru akan memfasilitasi peserta didik agar dapat mengeksplorasi, memperluas dan mengembangkan ide mereka sendiri secara bebas dan kreatif dengan mengubah ide menjadi solusi dan ilustrasi yang bermakna.

Dengan kegiatan belajar yang terstruktur dan guru berpengalaman yang menerima pelatihan khusus, Global Art menerima banyak penghargaan sebagai bukti keberhasilan mereka. Global Art berhasil memenangkan penghargaan “Terbaik dalam Memelihara Kreativitas Melalui Seni” oleh *Parents World Magazine*, Global Art juga berhasil menyandang gelar “Rantai Pusat Seni Terbesar” di dunia lebih dari satu juta siswa yang terdaftar sejak tahun 1999. Dengan pengalaman puluhan tahun beroperasi dan berbagai penghargaan serta gelar hebat yang sudah disandang cukup menjadi bukti bahwa Global Art memiliki citra merek yang baik. Citra merek menurut (Chalil *et al.* 2020:9) adalah citra yang akan ditampilkan oleh kelompok, signifikansi psikologis, atau gambaran makna yang terhubung dengan sebuah merek.

Baiknya citra merek yang dimiliki oleh Global Art berdampak pada berhasilnya Global Art dalam melebarkan usahanya dalam membimbing banyak peserta didik. Sebagaimana merek adalah lambang atau simbol yang mendukung konsumen dalam mengidentifikasi produk. Perusahaan yang memiliki reputasi merek yang baik di mata masyarakat umumnya memperoleh posisi yang lebih kuat. Dapat dilihat dari banyaknya *franchise* usaha yang tersebar diseluruh negara termasuk di Indonesia. *Franchise* Global Art pun tersebar banyak diberbagai daerah di Indonesia yang menunjukkan bahwa tingginya minat peserta didik untuk mengikuti kegiatan belajar di Global Art, salah satunya adalah Global Art Tanjungpinang.

Global Art Tanjungpinang berdiri pada tahun 2019, terletak di Jalan. Ir. Sutami No. 09, Tanjungpinang. Global Art Tanjungpinang saat ini membuka 4 kelas yaitu *Junior, Basic, Foundation* dan *Intermediate*. Ke-empat kelas ini dibuka berdasarkan

usia dan kemampuan peserta didik yang mana saat peserta didik mendaftar maka akan dilakukan test untuk melihat potensi dan bakat peserta didik, dari penilaian inilah akan diketahui peserta didik akan ditempatkan di kelas mana. Berikut adalah data jumlah murid di Global Art Tanjungpinang:

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Peserta Didik Global Art Tanjungpinang 2019-2023**

Tahun	Jumlah Peserta Didik
2019	80
2020	95
2021	90
2022	86
2023	82

Sumber: Data Laporan Peserta Didik Global Art Tanjungpinang

Melihat dari tabel di atas, dapat disimpulkan jumlah murid pada Global Art Tanjungpinang, di tahun 2019 saat baru pertama beroperasi sebanyak 80 peserta didik yang kemudian meningkat pada tahun 2020 menjadi sebanyak 95 peserta didik. Selanjutnya pada tahun 2021 mengalami penurunan menjadi hanya 90 peserta didik dan pada 2022 kembali menurun menjadi hanya 86 peserta didik. Lalu ditahun 2023 tercatat sampai dengan bulan Oktober jumlah peserta didik yang aktif yaitu 82 murid. Menurunnya pembelian ulang program belajar pada peserta didik Global Art Tanjungpinang terjadi selama 3 tahun belakangan ini.

Permasalahan yang dialami Global Art Tanjungpinang adalah tidak adanya penambahan murid baru yang signifikan dari tahun ke tahun. Jumlah murid baru yang terdaftar dari tiap bulannya hanyalah 2 sampai 3 murid, jika promo diadakan maka bisa mencapai 4 sampai 5 murid baru. Terkadang dalam satu bulan tidak mengalami

penambahan murid baru sama sekali. Padahal orangtua murid yang datang berkunjung ke Global Art Tanjungpinang dalam satu bulan bisa mencapai 20 orang. Perbandingan orang tua murid yang datang berkunjung untuk bertanya dan melakukan trial untuk anaknya tidak sebanding dengan orangtua murid yang akhirnya mendaftarkan anaknya di Globalart Tanjungpinang. Bisa dikatakan berbanding 1:10, yang mana *gap* ini dapat dianggap cukup besar. Berikut adalah data pengunjung Globalart Tanjungpinang di tahun 2023 dan data pengunjung yang melanjutkan sampai pendaftaran.

**Tabel 1. 2**  
**Daftar Tamu Global Art Tanjungpinang**

Daftar Tamu Globalart Tanjungpinang		
Bulan	Jumlah pengunjung	Jumlah murid baru
Januari	17	3
Februari	16	2
Maret	15	1
April	15	0
Mei	20	3
Juni	18	2
Juli	14	2
Agustus	17	7
September	18	3

Sumber: Data Buku Tamu Globalart Tanjungpinang tahun 2023.

Dari tabel pengunjung ditahun 2023 sampai dengan bulan September diatas dapat terlihat bahwa jumlah pengunjung rata-rata tiap bulannya dapat mencapai kurang lebih 20 murid, sedangkan yang memutuskan untuk melanjutkan hingga ke tahap pendaftaran rata-rata tiap bulannya hanyalah 3 sampai 4 murid saja bahkan ada bulan yang tidak mengalami penambahan murid baru. Hal ini menunjukkan dua hal yaitu, tidak ada peningkatan jumlah murid baru yang signifikan setiap bulannya dan kurangnya minat beli program belajar pada Global Art Tanjungpinang. Kurangnya

minat beli program belajar pada Global Art Tanjungpinang diduga dikarenakan buruknya kualitas pelayanan yang dimiliki seperti staff administrasi yang melayani dan menjelaskan tidak mendetail sehingga tidak tercipta kepuasan pelanggan saat sedang berkunjung maupun saat anaknya melakukan *trial* di Global Art Tanjungpinang. Hal ini menyebabkan ekspektasi konsumen terhadap citra merek Global Art Tanjungpinang yang tinggi menjadi tidak sesuai dan menurunkan minat beli konsumen setelah berkunjung ke Global Art Tanjungpinang.

Kotler dan Keller (Satria, 2017:47) menjelaskan minat beli merupakan perilaku pelanggan yang mencerminkan hasrat untuk membeli barang atau jasa, didasarkan pada pengalaman lampau saat memakai atau menggunakan suatu produk maupun jasa. Perbedaan jumlah pengunjung dan yang mendaftar di Global Art Tanjungpinang menunjukkan bahwa kurangnya minat beli orangtua murid di Global Art Tanjungpinang setelah anaknya melakukan trial atau melakukan kunjungan ke Global Art Tanjungpinang. Hal ini diduga dikarenakan terpengaruhi oleh beberapa aspek, salah satunya yaitu kualitas pelayanan. Global Art Tanjungpinang merupakan lembaga yang menyediakan jasa bimbingan belajar yang berfokus pada seni rupa sehingga kualitas pelayanan merupakan salah satu poin utama yang dinilai. Kualitas pelayanan bisa dijelaskan yakni penilaian sejauh mana kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan (Tjiptono, 2017:142).

Citra merek adalah hasil dari pandangan pelanggan kepada suatu merek, kualitas pelayanan yang didapat dari perusahaan memiliki dampak yang besar terhadapnya. Konsistensi dalam kualitas pelayanan yang positif membentuk citra merek nan baik,

menciptakan identitas yang kuat dan menarik bagi konsumen. Pada Global Art Tanjungpinang diduga kualitas pelayanan yang diberikan masih belum memenuhi ekspektasi orangtua murid yang datang berkunjung, dengan citra merek yang bagus orangtua murid memiliki ekspektasi tinggi saat datang ke Global Art Tanjungpinang baik itu mengenai penjelasan tentang sistem pembelajaran di Global Art, fasilitas yang dimiliki maupun staff pengajar yang ada. Ekspektasi pelanggan pada layanan yang diberi organisasi dan diterima selaras dengan proses dan strategi yang benar dapat menciptakan kepuasan pelanggan (Suharto dan Hoti, 2023:2).

Kualitas pelayanan mempunyai keterkaitan signifikan pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memacu konsumen untuk membina hubungan yang kokoh dengan perusahaan. Tjiptono (2017:180) menjelaskan kualitas pelayanan merupakan penilaian sejauh apa tingkatan layanan yang diberi mampu mencukupi atau bahkan melebihi ekspektasi yang dimiliki oleh pelanggan. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan tidak hanya melibatkan faktor teknis, tetapi juga melibatkan faktor interpersonal dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Dalam periode panjang, keterikatan ini membantu organisasi untuk mengerti ekspektasi dan keperluan pelanggan. Kepuasan pelanggan nantinya dapat mendorong minat pembelian terhadap perusahaan yang menyediakan kualitas yang memenuhi harapan mereka.

Al-naser *et al* (Suharto dan Hoti, 2023:2) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai proses pelayanan untuk melengkapi dan menemui ekspektasi dari konsumen. Kepuasan pelanggan bukan hanya sekadar hasil akhir dari suatu transaksi jual-beli, tetapi merupakan suatu proses pelayanan yang berkelanjutan. Dalam konteks

ini, perusahaan tidak hanya perlu fokus pada penjualan produk atau layanan, tetapi juga harus memahami bahwa setiap interaksi dengan konsumen merupakan kesempatan untuk meningkatkan kepuasan mereka. Proses pelayanan yang efektif dan responsif mampu melengkapi dan memenuhi ekspektasi konsumen, yang pada gilirannya dapat membentuk citra positif perusahaan di mata konsumen. Konsumen yang puas dan memiliki pandangan positif kepada merek umumnya menunjukkan minat pembelian yang tinggi. Mereka tidak hanya melihat produk atau layanan sebagai suatu kebutuhan, tetapi juga sebagai pilihan yang diinginkan yang memberikan nilai tambah.

Kualitas pelayanan, citra merek, dan kepuasan pelanggan membentuk suatu siklus baik. Kualitas pelayanan yang baik menciptakan pengalaman positif, meningkatkan citra merek, dan pada akhirnya merangsang kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan kemudian memberikan dukungan bagi citra merek yang baik dan menimbulkan minat beli pada pelanggan kepada suatu barang atau jasa. Sebagaimana pada studi Mehmood dan Shafiq (2015) (Scopus 4) bertajuk "*Impact of Customer Satisfaction, Service Quality, Brand Image on Purchase Intention*". Temuan studi ini mengindikasikan kepuasan pelanggan berpengaruh langsung kepada minat beli. Pelanggan umumnya lebih cenderung untuk membeli bila pelanggan merasa puas terhadap kualitas merek tersebut. Disisi lain, citra merek juga berpengaruh kepada keputusan pembelian.

Menurut Wardani *et al.* (2022) pada penelitian dengan judul "*Analisis Pengaruh Trust, Price, Brand Image, Service Quality, dan Customer Satisfaction terhadap*

*Purchase Intention* Pelanggan Kedai Minuman Boba”. Temuan dari studi ini mengindikasikan tidak semua variabel memiliki keterkaitan yang positif dan berarti. Maka dari itu, disimpulkan kualitas layanan memiliki pengaruh kepada kepuasan pelanggan, serta keputusan pelanggan berpengaruh positif signifikan kepada minat beli. Di sisi lain, citra merek, harga, dan kepercayaan berpengaruh negatif dan kecil pada kepuasan pelanggan serta minat pembelian.

Penelitian berikutnya berjudul berjudul “*The Influence of Brand Image and Service Quality towards Purchase Intention and Its Impact on the Purchase Decision of Samsung Smartphone*” oleh Haro *et al.* (2020) (Sinta 2) dengan temuan dari studi ini mengindikasikan citra merek berpengaruh terhadap minat beli, kualitas pelayanan berpengaruh pada minat pembelian, serta minat beli memberikan pengaruh pada keputusan pembelian

Ismail *et al.* (2020) (Scopus, Q3) dengan penelitian yang berjudul “*The Effects of Social Media Marketing, Trust, and Brand Image on Consumers Purchase Intention of Go-Jek in Indonesia*”. Penelitian ini membuktikan strategi pemasaran melalui media sosial, kepercayaan serta citra merek memiliki pengaruh signifikan pada minat beli pelanggan.

Mengacu latar belakang yang dijelaskan menunjukkan kualitas pelayanan, citra merek serta kepuasan pelanggan ialah elemen krusial dalam membantu membangun minat beli konsumen, melihat adanya permasalahan yang timbul peneliti berminat untuk menjalankan penelitian dan mengulas hal ini dengan mengangkat tesis bertajuk “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN KEPUASAN

PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI PADA GLOBAL ART TANJUNGPINANG”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah ialah tahapan pertama dalam mengerti situasi di mana objek dalam konteks tertentu dianggap sebagai suatu permasalahan. Dari permasalahan yang telah diuraikan, pertama-tama dirumuskan identifikasi masalah yang ada agar studi ini mengarah dengan jelas. Oleh karena itu, identifikasi masalah meliputi:

1. Kualitas pelayanan belum optimal dari staff yang ada di Globalart Tanjungpinang, baik staff administrasinya maupun staff pengajarnya tidak memuaskan.
2. Citra merek yang dimiliki oleh Globalart Tanjungpinang maupun *franchise* Globalart secara keseluruhan belum memenuhi ekspektasi konsumen.
3. Konsumen belum merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh staff maupun pelayanan yang diberikan oleh staff.
4. Tidak bertambahnya murid baru di Globalart Tanjungpinang sehingga jumlah murid hanya berputar disitu saja dan cenderung menurun karena banyak murid lama yang juga berhenti.

## **1.3 Batasan Masalah**

Peneliti menetapkan batas permasalahan pada studi sebagai fokus utama peneliti untuk mendapatkan hasil penelitian dengan cermat dan menyeluruh, yaitu:

1. Variabel yang digunakan adalah kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli

2. Objek studi yaitu Globalart Tanjungpinang
3. Fokus wilayah penelitian hanya di Tanjungpinang
4. Responden penelitian hanyalah pengunjung Global Art Tanjungpinang
5. Fokus penelitian hanya pada Globalart Tanjungpinang

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Merujuk pada penjabaran masalah, maka tujuan dari penelitian yang dapat diambil yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli pada Global Art Tanjungpinang?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap minat beli pada Global Art Tanjungpinang?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat beli pada Global Art Tanjungpinang?
4. Apakah kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap minat beli pada Global Art Tanjungpinang?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Dari perumusan masalah yang telah disajikan, tujuan penelitian ini dapat diidentifikasi yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli pada Global Art Tanjungpinang.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap minat beli pada Global Art Tanjungpinang

3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli pada Global Art Tanjungpinang
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli pada Global Art Tanjungpinang

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang diinginkan penulis diuraikan meliputi:

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Hasil studi diharap bisa menjadi rekomendasi masukan atau pembelajaran terutama pada mata kuliah manajemen, khususnya yang berkaitan pada pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli jasa pendidikan.

### **1.6.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi Penulis

Studi berguna bagi penulis agar meningkatkan pemahaman serta pengetahuan tentang permasalahan yang menjadi bahan penelitian.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Penulis berharap studi ini mampu menjadi rekomendasi masukan bagi mahasiswa/i Universitas Putera Batam dalam menyelesaikan tugas berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli jasa pendidikan.

3. Peneliti Selanjutnya

Diharapkan peneliti berikutnya mampu memperluas atau mengembangkan kembali lebih dalam hal yang belum dijelaskan dalam studi ini.

#### 4. Bagi Perusahaan

Diharapkan berguna oleh perusahaan untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami saat ini.