

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pendidikan merupakan hal yang paling penting dalam kehidupan manusia, selain itu pendidikan juga merupakan kebutuhan yang paling penting terutama dalam persaingan antar sumber daya manusia. Salah satunya yaitu pendidikan informal (bahasa), yang mana bahasa sekarang ini menjadi salah satu modal penting dalam mendapatkan pekerjaan. Dengan menguasai berbagai bahasa seseorang dapat berkomunikasi dengan baik terhadap warga Negara asing.

Kemampuan bahasa sangat penting. Bahasa Inggris merupakan bahasa populer dan di beberapa negara ditetapkan sebagai bahasa kedua setelah Bahasa Nasional. Kacru dan Nelson dalam Fahrawaty membagi negara-negara Berbahasa Inggris menjadi tiga kategori.<sup>1</sup>

**Tabel 1.1**  
**Daftar Pembagian Negara Pengguna Bahasa Inggris**

Kategori	Keterangan	Negara
<i>Inner Circle Countries</i>	Negara yang menggunakan Bahasa Inggris sebagai Bahasa Ibu atau utama.	Inggris, Kanada, Australia, New Zealand, Amerika Serikat.
<i>Outer Circle Countries</i>	Negara yang memiliki sejarah kelembagaan Bahasa Inggris sehingga	Nigeria, Singapura, India.

---

<sup>1</sup> Pemerintah meningkatkan fungsi bahasa Indonesia menjadi bahasa internasional. Lihat <http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/artikel/3100/bahasa-internasional>. Diakses tanggal 11 september 2021.

	Bahasa Inggris memiliki peranan penting.	
<i>Expending Circle Countries</i>	Negara yang menggunakan Bahasa Inggris untuk kepentingan tetapi tidak menjadikannyasebagai Bahasa yang Dominan.	Indonesia, Rusia, China.

Sumber:<http://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/artikel/3100/bahasa-internasional>

Pada tabel 1.1 Indonesia merupakan negara yang menggunakan Bahasa Inggris tetapi tidak digunakan sebagai bahasa yang dominan. Salah satu cara untuk menguasai Bahasa Inggris adalah dengan mengikuti kursus. Di Indonesia sendiri terdapat banyak tempat kursus Bahasa Inggris yang tersebar hampir disemua daerah, salah satunya di Jawa Timur tepatnya di Desa Tulungrejo dan Desa Pelem, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri yang dijuluki Kampung Inggris. Berikut ini beberapa Lembaga Kursus Bahasa Inggris di Kampung Inggris Pare:

**Tabel 1.2**  
**Data Lembaga Kursus Bahasa Inggris Terbaik di Kampung Inggris Pare**

No	Nama Lembaga	Produk	Harga	Promosi	Tempat
1.	Basic English Course	<i>English course basic to master</i>	Mulai dari Rp. 300.00	Website, Facebook, & Instagram	Jl. Anyelir No. 8, Pelem, Kec. Pare, Kab. Kediri (Strategis, Parkir Luas, & Gedung Cukup Besar)

2.	HEC	<i>English course</i>	Mulai dari Rp. 800.000	Website & Instagram	Jl. Langkat No. 34 Singgahan, Pelem, Kec. Pare, Kab. Kediri (Kurang Strategis, Parkir Luas, Gedung Cukup Besar)
3.	Mahesa Institute	<i>English course</i>	Mulai dari Rp. 769.000	Website, Facebook, & Instagram	Jl. Mawar Desa No. 04, Mangunrejo, Tulungrejo, Kec. Pare, Kab. Kediri (Kurang Strategis, Parkir Kurang Luas, & Gedung Cukup Besar)
4.	Elfast	<i>English course &amp; asrama</i>	Mulai dari Rp. 685.000	Website, Facebook, & Instagram	Jl. Kemuning, Mangunrejo, Tulungrejo, Kec. Pare, Kab. Kediri (Strategis, Parkir Luas, Gedung Sedang)
5.	Genta English Course	<i>English course, asrama, &amp; religion</i>	Mulai dari Rp. 265.000	Website, Facebook, Tik tok & Instagram	Jl. Kemuning No. 39, Mangunrejo, Tulungrejo, Kec. Pare, Kab. Kediri (Strategis, Parkir Luas & Gedung Cukup Besar)

6.	Acces English Course	<i>English course, &amp; asrama</i>	Mulai dari Rp. 300.000	Website	Jl. Dahlia No. 26, Mangunrejo, Tulungrejo, Kec. Pare, Kab. Kediri (Kurang Strategis, Parkir Kurang Luas, & Gedung Kecil)
7.	Global English	<i>English course</i>	Mulai dari Rp. 748.000	Website, Facebook, & Instagram	Jl. Brawijaya No. 66, Mangunrejo, Tulungrejo, Kec. Pare, Kab. Kediri (Strategis, Parkir Kurang Luas, & Gedung Sedang)

Sumber : <http://visitpare.com/>

Pada tabel 1.2 bahwa Genta English Course adalah lembaga kursus yang memiliki program paling lengkap dengan tempat yang luas dan biaya kursus cukup terjangkau serta menerapkan strategi promosi yang *up to date*. Genta English Course juga merupakan lembaga kursus dengan fasilitas semi pondok pesantren yang mewajibkan membeinya untuk asrama 24 jam. Sehingga para membeinya tidak hanya mendapatkan ilmu bahasa inggris tapi juga penanaman karakter yang mulia (akhlakul karimah). Hal tersebut sesuai dengan mottonya “*Practice Makes Perfect*”.

Genta English Course berada di Jl. Kemuning No.39 Tulungrejo Pare Kediri. Berikut beberapa program yang ditawarkan oleh Genta:

**Tabel 1.3**  
**Program Genta English Course**

No	Level	Durasi	Target Penguasaan
1.	Basic Class	2 Bulan	Grammar & Speaking
2.	Intermediate Class	2 Bulan	Grammar & Speaking lanjutan
3.	Micro Teaching	2 Bulan	Pronunciation, writing, translate
		2 Bulan	Mandarin, psychology & metodologi pembelajaran
		2 Bulan	TOEFL, mandarin, & praktek mengajar
4.	Diploma	1 Bulan	Basic, intermediate, micro teaching, computer, japan, & mandarin

Sumber: <http://gentacampus.blogspot.com>

Pandemi COVID-19 (*Coronavirus Disease-19*) yang mulai masuk ke Indonesia pada tahun 2020 telah mempengaruhi sistem pendidikan di seluruh dunia sehingga menyebabkan penutupan sekolah dan perguruan tinggi. Covid-19 pertama kali terjadi di China tepatnya di kota Wuhan pada akhir tahun 2019. Di Indonesia kasus pertama atau positif terinfeksi Covid-19 terjadi di kota Depok Jawa Barat pada Maret 2020. Kasus pertama terpapar untuk Covid-19 di Kediri berada di desa Tulungrejo tepatnya di Kampung Inggris Pare. Tidak lama setelah dinyatakan ada seseorang yang terpapar Covid-19 di Kampung Inggris, semua lembaga kursus di Kampung Inggris ditutup. Semua pendatang atau yang sedang mengikuti kursus di Kampung Inggris Pare dipulangkan ke kota masing-masing. Hal ini tentunya berdampak besar bagi perekonomian warga Kampung Inggris Pare. Termasuk salah satu lembaga kursus bahasa Inggris yaitu GENTA (*Golden English Training Area*).

Tabel 1.4  
Perkembangan Jumlah Peserta

Tahun	Jumlah Peserta
2018	765
2019	700
2020	450
2021	650

Pada tabel 1.4 di atas dapat dilihat bahwa lembaga kursus bahasa Inggris GENTA (*Golden English Training Area*) mengalami penurunan jumlah siswa akibat pandemi Covid-19 tahun 2020, namun tahun 2021

mulai mengalami peningkatan karena keadaan mulai kembali normal namun jumlahnya tidak sebesar tahun 2018-2019. Hal ini memaksa institusi GENTA (*Golden English Training Area*) untuk mencari strategi pemasaran agar dapat bertahan dan bersaing dengan kompetitor. Dalam penerapan konsep pemasaran khususnya dalam dunia pendidikan informal bauran pemasaran sangat diperlukan, namun tidak semuanya dapat dilaksanakan secara optimal.

Pemasaran merupakan salah satu sarana bagi suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan tersebut, setiap perusahaan harus berusaha untuk menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan memberikan pelayanan yang memuaskan, fasilitas dan harga yang mendukung dan sesuai. Hal akan membentuk rasa kepuasan konsumen melalui prosedur perusahaan.<sup>2</sup>

Kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap konsumen terhadap barang dan jasa. Konsumen merasa puas ketika kebutuhan dan harapan mereka terpenuhi dan tidak puas ketika kebutuhan dan harapan mereka tidak terpenuhi. Meskipun perusahaan berusaha untuk memberikan kepuasan yang optimal kepada pelanggannya. Namun sulit untuk mengetahui sejauh mana produk perusahaan dapat diterima oleh konsumen, karena setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda. Pemahaman akan

---

<sup>2</sup> Rambat Lupiyoadi, *Managemen Pemasaran Jasa edisi 3*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), 101.

kebutuhan dan keinginannya, dalam hal ini konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen.<sup>3</sup>

Setiap bisnis lembaga kursus, pemilik bisnis harus memiliki strategi yang baik dalam menarik anggota untuk belajar dan bergabung dengan institusi mereka. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menarik anggota adalah pemilik usaha harus menciptakan inovasi dan memberikan pelayanan yang lebih diantara lembaga lainnya. Layanan ini meliputi produk, harga, tempat dan promosi.

Peran bauran pemasaran dalam hal ini sangat penting karena kegiatan tersebut mempengaruhi kelangsungan lembaga terutama dalam mencari laba. Bauran pemasaran (Marketing Mix) adalah gabungan keempat variabel atau aktivitas yang membentuk sistem perusahaan. Dimana 4P terdiri dari *product, price, place, promotin*.<sup>4</sup> Semua komponen bauran pemasaran harus terintegrasi dengan baik untuk memberikan kontribusi yang menguntungkan bagi perusahaan. Untuk mengetahui apa alasan anggota mengikuti lembaga kursus Genta, maka penulis menyebarkan kuisisioner yang diberikan kepada 35 anggota/siswa Genta.

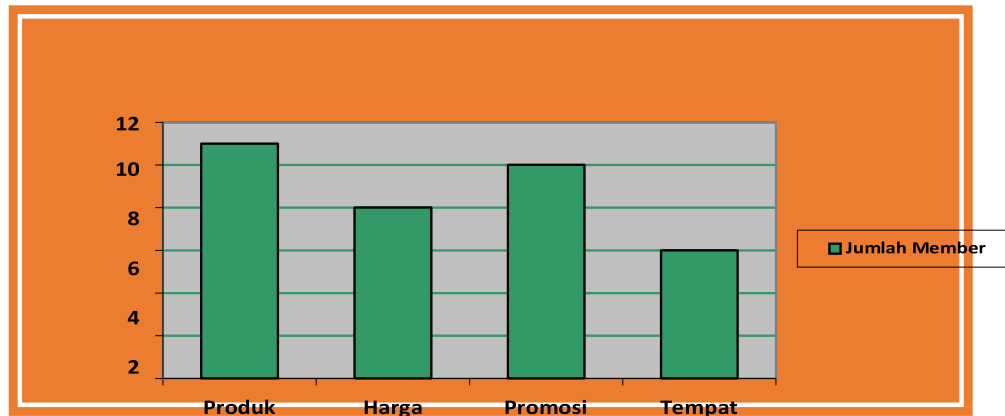
---

<sup>3</sup> Etta MamangSangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV. Andi, 2013), 15.

<sup>4</sup> Buchari Alma, *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Jakarta: Alfabet, 2008), 155.



**Gambar 1.1**  
**Faktor Bauran Pemasaran (Marketing Mix)**



*Sumber: Berdasarkan Observasi Akhir Desember 2021*

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh penelliti bahwa sebanyak 11 konsumen memilih produk, sebanyak 8 konsumen memilih harga, sebanyak 10 konsumen memilih promosi dan sebanyak 6 konsumen memilih tempat. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa faktor bauran pemasaran yaitu produk dan promosi menjadi alasan utama anggota dalam mengambil keputusan untuk bergabung dengan lembaga kursus Genta English Course.

Berdasarkan hasil ini, memotivasi penulis untuk mengkaji masalah ini melalui penelitian untuk melihat apakah produk dan promosi dapat meningkatkan keputusan untuk menjadi anggota dalam memilih lembaga kursus bahasa. Kemudian untuk kepentingan penelitian, peneliti merumuskan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Memilih Lembaga Kursus Bahasa (Studi kasus Genta Course Tulungrejo Pare)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan memilih lembaga kursus bahasa Genta English Course?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan memilih lembaga kursus bahasa Genta English Course?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan memilih lembaga kursus bahasa Genta English Course?

## **C. Tujuan Penelitian**

Setelah rumusan masalah diatas, penulis harus mencapai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan memilih lembaga kursus bahasa Genta English Course.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan memilih lembaga kursus bahasa Genta English Course.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan memilih lembaga kursus bahasa Genta English Course.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan yang berharga dan menambah informasi bagi pengembangan manajemen pemasaran, serta dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan untuk kemudian dijadikan bahan kajian dalam mengembangkan konsep manajemen pemasaran.

## 2. Bagi Lembaga

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengambilan kebijakan atau keputusan dalam rangka peningkatan manajemen pemasaran bidang jasa di Genta English Course.

## 3. Bagi Pembaca atau Pihak Lain (Masyarakat)

Diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat sebagai referensi dan literature review bagi pihak lain (masyarakat) untuk penelitian selanjutnya tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen.

## **E. Telaah Pustaka**

Pada beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini, penulis menemukan:

1. Jupri dengan judul “Pengaruh Marketing Mix terhadap loyalitas konsumen Kartu Pra Bayar As PT. Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa Uin Alauddin Makassar)” Tahun 2011.

Masalah utama dari skripsi ini adalah apakah terdapat pengaruh antara marketing mix terhadap loyalitas konsumen kartu Prabayar As pada

mahasiswa Uin Alauddin Makassar.<sup>5</sup> Perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Jupri lebih fokus kepada aspek bauran pemasaran secara keseluruhan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan penelitian ini terfokuskan pada aspek bauran pemasaran produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.

2. Yeti Ira Dianti dengan judul “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gamis Adzkia Hijab Syar’i (Studi Kasus Pada Konsumen di Tulungagung)”.

Keputusan pembelian konsumen menjadi prioritas utama pada penelitian ini karena persaingan antar industry yang memproduksi pakaian muslim semakin ketat. Hal terpenting dari industri ini untuk bertahan adalah memperbaiki dan meningkatkan strategi pemasarannya.<sup>6</sup> Perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Yeti lebih fokus kepada aspek bauran pemasaran secara keseluruhan terhadap keputusan konsumen pakaian, sedangkan penelitian ini terfokuskan pada aspek bauran pemasaran produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk jasa.

3. Tirra Ammerinda dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus di Klinik Kecantikan Nadindra Bandar Lampung)”.

---

<sup>5</sup> Jupri, “*Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Konsumen Kartu Prabayar As PT. Telkomsel (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Alauddin Makassar)*” (Skripsi), (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2011).

<sup>6</sup> Yeti Ira Dianti, “*Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gamis Adzkia Hijab Syar’i (Studi Kasus Pada Konsumen di Tulungagung)*” (Skripsi), (Tulungagung: Uin Satu Tulungagung, 2017).

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan hasil perhitungan sebesar 64,6%.<sup>7</sup> Perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ammerinda lebih fokus kepada aspek bauran pemasaran produk dan pelayanan terhadap keputusan konsumen jasa kecantikan, sedangkan penelitian ini terfokuskan pada aspek bauran pemasaran produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk jasa.

4. Ali Ahmad Ar-Rosyid dengan judul “Pengaruh produk wisata terhadap keputusan berkunjung pada Coffe and Cocoa Science Techno Park Jember”.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwasannya daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung pada Coffe and Cocoa Science.<sup>8</sup> Perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ali Ahmad lebih fokus kepada aspek bauran pemasaran produk wisata terhadap keputusan konsumen untuk berkunjung, sedangkan penelitian ini terfokuskan pada aspek bauran pemasaran produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk jasa.

---

<sup>7</sup> Tirra Ammerinda, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen (Studi Kasus di Klinik Kecantikan Nadindra Bandar Lampung), (Skripsi), (Lampung: Universitas Lampung, 2017).

<sup>8</sup> Ali Ahmad Ar-Rosyid, “Pengaruh produk wisata terhadap keputusan berkunjung pada Coffe and Cocoa Science Techno Park Jember” (Skripsi), (Jember: Universitas Jember, 2018).

5. Nadia Arinta Ramadani dengan judul , “Pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Tam-Tam Petshop N Vet Care Kabupaten Gresik”.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwasannya kualitas produk dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Tam-Tam Petshop N Vet Care Kabupaten Gresik sebesar 51,2%.<sup>9</sup> Perbedaannya adalah penelitian yang dilakukan oleh Nadia Arinta lebih fokus kepada aspek bauran pemasaran produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian ini terfokuskan pada aspek bauran pemasaran produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk jasa.

## **F. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas suatu masalah penelitian yang sebenarnya masih harus diuji kembali secara empiris.<sup>10</sup> Berdasarkan landasan teori yang telah dikemukakan di atas, maka hipotesis penelitian ini adalah:

1. Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap keputusan memilih lembaga kursus bahasa Genta English Course.

Ho: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan memilih lembaga kursus bahasa Genta English Course.

---

<sup>9</sup> Nadia Arinta Ramadani, “Pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Tam-Tam Petshop N Vet Care Kabupaten Gresik”(Jurnal), (Malang: Politeknik Negeri Malang, 2018).

<sup>10</sup> Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2014), 69.

2. Ha: Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi terhadap keputusan memilih lembaga kursus bahasa Genta English Course.

Ho: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan memilih lembaga kursus bahasa Genta English Course