

PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG JASA BIMBINGAN BELAJAR GAMA DI KOTA
PADANG

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan (S1) Pada Program Studi Pendidikan Ekonomi
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



Oleh :

NAMA : RYANIRAFFIYADITA
NIM / BP : 1207182/2012

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2016

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

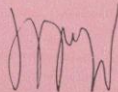
PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN ULANG JASA BIMBINGAN BELAJAR GAMA DI KOTA
PADANG

Nama : RYANIRAFFIYADITA
BP/NIM : 2012/1207182
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Konsentrasi : Tata Niaga
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2016

Disetujui Oleh:

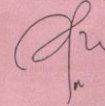
Dosen Pembimbing I



Dr. Marwan, S.Pd, M.Si

NIP. 19750309 200003 1 002

Dosen Pembimbing II

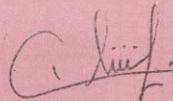


Elvi Rahmi, S.Pd, M.Pd

NIP. 19830430 200604 2 002

Mengetahui,

Ketua Prodi Pendidikan Ekonomi



Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd
NIP.19820311 200501 2 005

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

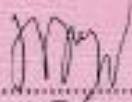
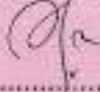

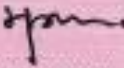
Dinyatakan Lulus
Setelah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

PENGARUH Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan
Pembelian Ulang Jasa Bimbingan Belajar GAMA Di Kota
Padang

Nama : RYANIRAFFIYADITA
BP/NIM : 2012/1207182
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Konsentrasi : Tata Niaga
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2016

Tim Penguji

	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Dr. Marwan, S.Pd, M.Si	1. 
2. Sekretaris	: Elvi Rahmi, S.Pd, M.Pd	2. 
3. Anggota	: Rose Rahmidani, S.Pd, M.M	3. 
4. Anggota	: Abel Tasman, S.E, M.M	4. 

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ryaniraffiyadita
NIM/Tahun Masuk : 1207182/2012
Tempat/Tanggal Lahir : Padang/17 Oktober 1995
Keahlian : Tata Niaga
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Fakultas : Ekonomi
Alamat : Jl. Teratai no.88, Air Tawar
No.HP : 0813 6564 2445
Judul skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa Bimbingan Belajar GAMA di Kota Padang.

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis (skripsi) saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun Program Perguruan Tinggi Lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditandatangani Asli oleh Tim Pembimbing, Tim Penguji dan Ketua Program Studi.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima **Sanksi Akademik** berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena karyatulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, Agustus 2016
Yang Menyatakan,



Ryaniraffiyadita
NIM. 1207182

ABSTRAK

Ryaniraffiyadita (2012/1207182) : Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa Bimbingan Belajar GAMA di Kota Padang

Pembimbing I : Dr. Marwan, S.Pd, M.Si

Pembimbing II : Elvi Rahmi, S.Pd, M.Pd

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, promosi, lokasi, tenaga pengajar dan staf administrasi, proses dan bukti fisik terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang. Penelitian ini merupakan penelitian kausatif dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang berjumlah 96 orang siswa bimbingan belajar GAMA. Data dikumpulkan dan dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif, dan analisis regresi linear berganda. Data diproses dengan menggunakan *SPSS 16.0 for windows*.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa secara simultan nilai bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk (X_1), harga (X_2), promosi (X_3), tempat (X_4), tenaga pengajar dan staf administrasi (X_5), proses (X_6), bukti fisik (X_7) berpengaruh signifikan keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang dan hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel produk, harga, promosi, lokasi, tenaga pengajar dan staf administrasi, proses dan bukti fisik masing-masingnya berpengaruh secara positif dan signifikan. Variabel tempat dan harga memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang. Bimbingan belajar GAMA diharapkan mampu meningkatkan variabel bauran pemasaran bukti fisik yang dilakukan melalui peningkatan kelengkapan fasilitas bagi siswa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran Jasa, Produk, Harga, Promosi, Tempat, Tenaga Pengajar dan Proses Administrasi, Proses dan Bukti Fisik, Keputusan Pembelian Ulang

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya kepada penulis. Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa Bimbingan Belajar GAMA di Kota Padang**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Keahlian Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Bapak H. Dr. Marwan, S.Pd, M.Si selaku pembimbing I, dan Ibu Elvi Rahmi, S.Pd, M.Pd selaku pembimbing II sekaligus dosen Pembimbing Akademis, yang telah banyak memberikan ilmu, meluangkan waktu dan memberikan masukan dan saran serta dengan sangat sabar membimbing penulis dalam menyelesaikan proposal penelitian ini. Selain itu penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung telah mendorong penulis menyelesaikan studi dan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Yunia Wardi, Drs. M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

2. Ibu Tri Kurniawati, SP.d, M.Pd dan Ibu Elvi Rahmi, S.Pd, M.Pd selaku ketua dan sekretaris Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan arahan, wejangan dan nasehat yang sangat membangun.
3. Ibu Rose Rahmidani, S.Pd, MM dan Bapak Abel Tasman, S.E, MM selaku penelaah dan penguji skripsi yang telah memberikan ilmu, saran-saran dan nasehat kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen/ Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat selama penulis kuliah.
5. Bapak dan Ibu Staf Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah membantu proses kelancaran urusan administrasi penulis selama kuliah.
6. Karyawan dan siswa bimbingan belajar GAMA yang telah membantu penulis dalam proses penelitian dan memberikan support dan kemudahan.
7. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta sebagai sponsor utama dalam segala hal, yang slalu memberikan doa di siang dan malam, dorongan moril dan materil yang tiada batasan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, juga adik-adik yang telah memberikan semangat dalam setiap langkah penulis sampai saat menyusun skripsi ini.
8. Para sahabat yang telah setia dan banyak membantu penulis melalui doa dan memberikan semangat, yang selalu meluangkan waktu, tenaga, bahkan materil untuk membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.

9. Rekan- rekan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2012 yang senasib dan sepejuangan dengan penulis yang telah memberikan semangat dan dorongan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan maka dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak.

Padang, 17 Agustus 2016

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian	12
 BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori	14
1. Keputusan Pembelian Ulang	14
2. Bauran pemasaran jasa	24
B. Penelitian Yang Relevan	43
C. Kerangka Konseptual	46

D. Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	51
B. Tempat dan Waktu Penelitian	51
C. Populasi dan Sampel	51
D. Jenis Data dan Sumber Data	53
E. Teknik Pengumpulan Data	53
F. Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	54
G. Instrumen Penelitian.....	59
H. Uji Coba Instrumen	60
I. Teknik Analisis Data	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	71
B. Deskripsi Variabel Penelitian	75
C. Uji Asumsi Klasik.....	85
D. Analisis Regresi Berganda.....	88
E. Uji Hipotesis.....	91
F. Pembahasan	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	103
B. Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	

Daftar Tabel

Tabel 1 : Jumlah Siswa Bimbel pada Nurul Fikri , GO dan GAMA	3
Tabel 2 : Istilah Harga.....	29
Tabel 3 : Penelitian Relevan	44
Tabel 4 : Rancangan Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	59
Tabel 5 : Daftar Skor Jawaban Setiap Pernyataan Berdasarkan Sifatnya	60
Tabel 6 : Hasil Uji Validitas Instrumen	61
Tabel 7 : Skala Reliabilitas	62
Tabel 8 : Analisis Uji Reabilitas Instrumen	63
Tabel 9 : Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 10 : Responden Berdasarkan Asal Sekolah	73
Tabel 11 : Responden Berdasarkan Jurusan.....	74
Tabel 12 : Responden Berdasarkan Alasan Memilih	75
Tabel 13 : Distribusi Tingkat Capaian Responden Masing-Masing Indikator Keputusan Membeli Ulang Jasa	76
Tabel 14 : Distribusi Tingkat Capaian Responden masing-masing produk	77
Tabel 15 : Distribusi Tingkat Capaian Responden masing-masing	

Indikator Harga	78
Tabel 15 : Distribusi Tingkat Capaian Responden masing-masing	
Indikator Promosi.....	80
Tabel 17 : Distribusi Tingkat Capaian Responden masing-masing Indikator	
Tempat/Lokasi	81
Tabel 18 : Distribusi Tingkat Capaian Responden masing-masing Indikator	
Tenaga Pengajar dan Staf Administrasi	82
Tabel 19 : Distribusi Tingkat Capaian Responden masing-masing	
Indikator Proses	83
Tabel 20 : Distribusi Tingkat Capaian Responden masing-masing Indikator	
Bukti Fisik	84
Tabel 21. Hasil Uji Normalitas	85
Tabel 22. Hasil Uji heterokedastisitas.....	86
Tabel 23. Hasil Uji Multikolinearitas	87
Tabel 24. Analisis Regresi	88
Tabel 25. Hasil Uji Simultan (F).....	91
Tabel 26. Hasil Uji t.....	92

Daftar Gambar

Gambar 1. Proses Pembelian Lima Tahap	19
Gambar 2. Indikator Keputusan Pembelian Ulang	23
Gambar 3 : Kerangka Konseptual	49

Daftar Lampiran

Angket Uji Coba Penelitian	108
Angket Penelitian	117
Hasil Uji Normalitas	125
Hasil Uji Heterokedastisitas	129
Hasil Uji Multikolinearitas	131
Hasil Uji Hipotesis	133
t Tabel	135
f tabel	141
Surat Bukti penelitian	147

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan memiliki peranan yang penting di dalam kehidupan manusia. Manusia tidak akan bisa beradaptasi dengan baik pada perubahan dan tuntutan zaman yang terjadi tanpa didukung oleh pendidikan yang baik. Hal pertama yang akan dilihat bila seseorang ingin mengajukan surat lamaran pekerjaan, juga hal yang dibutuhkan ketika ingin memulai suatu bisnis atau usaha adalah pendidikan, kemampuan, wawasan dan pengetahuan. Pendidikan juga memiliki tugas didalam menyiapkan pembangunan yang lebih baik. Pembangunan terus berjalan seiring dengan perkembangan zaman. Perkembangan zaman yang terus memunculkan persoalan yang baru membuat pendidikan menjadi hal yang penting untuk diperhatikan.

Dalam UU No. 20 tahun 2003 dinyatakan bahwa jalur pendidikan terdiri dari pendidikan formal, non-formal dan informal. Pendidikan formal terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Jenis pendidikan mencakup pendidikan umum, kejuruan, akademik, profesi, vokasi, keagamaan, dan khusus. Pendidikan Informal adalah jalur pendidikan keluarga dan lingkungan yang berbentuk kegiatan belajar secara mandiri. Hasil pendidikan informal diakui sama dengan pendidikan formal dan nonformal setelah peserta didik lulus ujian sesuai dengan standar nasional pendidikan. Pendidikan nonformal meliputi pendidikan kecakapan hidup, pendidikan anak usia dini, pendidikan kepemudaan, pendidikan pemberdayaan perempuan,

pendidikan keaksaraan, pendidikan keterampilan dan pelatihan kerja. Pendidikan kesetaraan meliputi paket A, paket B dan paket C, serta pendidikan lain yang ditujukan untuk mengembangkan kemampuan peserta didik seperti: Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM), lembaga kursus, lembaga pelatihan, kelompok belajar, majelis taklim, sanggar, dan lain sebagainya, serta pendidikan lain yang ditujukan untuk mengembangkan kemampuan peserta didik.

Salah satu contoh dari pendidikan nonformal adalah lembaga bimbingan belajar. Lembaga Bimbingan Belajar (LBB) di Indonesia menjadi satu fenomena menarik bagi dunia pendidikan saat ini. Banyaknya bimbingan belajar yang ditemukan baik yang dikelola perorangan maupun kelompok, mulai dari privat sampai dengan proses pembelajaran di ruko yang ber AC, bahkan hingga kini masih banyak tempat-tempat bimbingan belajar dengan nama baru bermunculan dengan menawarkan berbagai macam program unggulan. Bimbingan belajar menjadi lahan yang cukup menguntungkan bagi bisnis pendidikan.

Maraknya lembaga bimbingan belajar kini menuntut siswa dan orang tua harus lebih jeli dalam memilih lembaga bimbingan belajar yang tepat. Lembaga bimbingan belajar semakin kreatif dan variatif dalam memberikan pelayanan kepada siswa serta memahami kebutuhan siswa. Masyarakat kini mulai selektif dan cerdas dalam memilih jasa yang akan mereka gunakan, sehingga mereka akan mendapatkan manfaat/kegunaan dari jasa tersebut. Ketatnya persaingan dalam usaha bimbingan belajar (bimbel) saat ini membuat para pemilik usaha

bimbel terutama dituntut harus mampu bersaing dalam berbagai hal guna merebut pasar ataupun menciptakan peluang pasar yang baru untuk meningkatkan minat siswa.

Sampai saat ini, terdapat beberapa bimbingan belajar untuk tingkat SMA yang berdiri hampir di setiap daerah di Kota Padang. Diantaranya bimbingan belajar Adzia yang terletak di Jl. Damar 50 Padang, bimbingan belajar Gama Jl. Letjen S. Parman 191 Padang, bimbingan belajar Ganesha Operation di Jl. Ir H Juanda 3-c Padang, bimbingan belajar Maranatha Jl. Arif Rahman Hakim 23-B, bimbingan belajar Sony Sugema College Jl. Dr Sam Ratulangi 21-A Padang, bimbingan belajar Nurul Fikri Jl. Gajah Mada 10 Padang, bimbingan belajar Fokus Bandung di Jalan Pemuda Padang, dan bimbel-bimbel lainnya yang ada di Kota Padang.

Bimbingan belajar GAMA yang terdapat di Jl. Letjen S Parman Ulak Karang Padang adalah lembaga bimbingan belajar yang setiap tahunnya mengalami peningkatan jumlah siswa untuk mengikuti bimbingan belajar intensif sebelum SBMPTN di Kota Padang, hal ini didukung oleh data jumlah siswa dalam tiga tahun terakhir. Peneliti memilih Nurul Fikri dan Ganesha Operation sebagai perbandingan karena sama-sama memiliki 4 cabang di Kota Padang. Dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 1 : Jumlah Siswa Bimbel pada Nurul Fikri , GO dan GAMA

TAHUN	NURUL FIKRI	GANESHA OPERATION	GAMA
2012	2268	2760	3358
2013	2281	2854	3749
2014	2328	2890	3271
2015	2185	2710	2893

Sumber : data sekunder 2015

Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan secara langsung maupun informasi dari situs resmi bimbel GAMA, terdapat 2 program utama yang dilaksanakan oleh bimbel GAMA yang disesuaikan berdasarkan kebutuhan siswanya, yaitu Program Super Intensif dan Program Reguler. Program Super Intensif hanya diselenggarakan bagi siswa kelas 3 SMA/ sederajat dalam kurun waktu 1,5 bulan, tepatnya setelah mengikuti Ujian Nasional dan dilaksanakan sampai H-1 Ujian Masuk Bersama Perguruan Tinggi Nasional (UMBPTN). Berbeda dengan Program Reguler yang memiliki beberapa paket yang ditawarkan untuk siswa kelas VI SD , siswa kelas VII dan VIII SMP, siswa kelas IX SMP, siswa kelas X dan XI IPA, dan kelas XII IPA-IPS SMA/MA. Jika GAMA mampu memenuhi kebutuhan siswa dari berbagai tingkat sekolah, maka akan meningkatkan jumlah siswa yang bertahan di GAMA sehingga setelah siswa lulus SD maka ia akan melanjutkan mengikuti bimbel untuk tingkat berikutnya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:48), perusahaan dalam mencapai tujuannya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga terpenuhi dan merasa puas, memerlukan perencanaan yang memadai. Namun ada banyak faktor yang perlu diperhatikan, antara lain faktor yang relatif di luar kekuasaan perusahaan (*uncontrollable marketing faktor*) seperti faktor-faktor ekonomi, demografi, teknologi, dan sosial politik, dan faktor yang relatif dapat dikuasai oleh perusahaan (*controllable marketing faktor*) yaitu bauran pemasaran.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012: 62) keputusan siswa dalam memilih ulang bimbingan belajar GAMA dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya ada yang dipengaruhi oleh persepsinya terhadap *price*, *product*, *promotion*, *place (marketing mix)* yang telah diterapkan oleh perusahaan selama ini, ditambah dengan *people* (orang) sebagai agen promosi, *physical evidence* (fasilitas fisik), dan *process* (proses).

Dasar pengambilan keputusan dapat dilihat melalui atribut produk yaitu unsur – unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian meliputi (merek, kemasan, jaminan, pelayanan dan lain-lain). Menurut Tjiptono (2008 : 95) produk/jasa merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Produk dari lembaga bimbingan belajar GAMA yaitu pembelajaran yang berkualitas dengan program bimbingan belajar yang variatif, yaitu program-program belajar untuk siswa-siswi SD, SMP, dan SMA secara reguler dan intensif serta program bimbingan konsultasi bagi para siswanya. Program reguler adalah program yang dilaksanakan bimbingan belajar GAMA dengan siswa SD, SMP, dan SMA selama periode per semester, sedangkan program intensif adalah program yang dilaksanakan khusus untuk siswa SMA yang akan menghadapi tes ujian SNMPTN, serta prospek keberhasilan melanjutkan pendidikan yang mereka janjikan.

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2008: 151). Kebijakan harga sangat menentukan dalam pemasaran sebuah produk karena harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi atau perusahaan (Kotler dan Keller, 2007:84). Jadi, tidak dapat dipungkiri bahwa harga merupakan suatu unsur penting, baik bagi perusahaan dalam mempengaruhi konsumen maupun bagi perusahaan dalam bertahan dalam persaingan. Beberapa dari kebijakan harga yang dilakukan oleh GAMA adalah melalui penetapan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan pesaing tanpa mengurangi kualitas jasa bimbingan belajar yang diberikan.

Promosi merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan penjualan suatu perusahaan. Dengan promosi perusahaan dapat mengkomunikasikan produk kepada konsumen. Keunggulan-keunggulan dari GAMA dapat diketahui oleh konsumen melalui iklan yaitu melalui spanduk dan papan nama serta berita mulut ke mulut dan melalui pemasaran langsung ke sekolah baik dalam maupun luar provinsi. Menurut Swasta dan Irawan (2005: 349) promosi pada hakikatnya adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan mendorong permintaan.

Berikutnya adalah tempat atau lokasi bimbingan belajar GAMA, tempat atau lokasi merupakan perencanaan dan pelaksanaan program penyaluran jasa melalui lokasi yang tepat, sehingga jasa berada di tempat dan waktu yang tepat, yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Dari hasil observasi peneliti, bimbingan belajar GAMA memiliki tempat atau lokasi yang mudah dijangkau. Ini dilihat dari bimbingan belajar tersebut berada di tepi jalan yang berlokasi di Jln. S Parman Ulak Karang Padang, yang dapat ditempuh dari segala arah, namun kekurangan dari lokasi ini adalah berada di tengah-tengah lingkungan masyarakat yang padat dengan arus lalu lintas kendaraan, akibatnya kebisingan yang ditimbulkan serta debu dari kendaraan yang lewat.

Sumber daya manusia (*people*) adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian ulang siswa. Elemen dari *people* adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian karyawan dan penampilan karyawan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan penyampaian jasa (Kotler dan Amstrong, 2012:62). Bimbingan belajar GAMA memiliki staf pengajar yang mempunyai kompetensi yang tinggi, hal ini dapat dilihat dari para staf pengajarnya yang merupakan mahasiswa berprestasi lulusan di Perguruan Tinggi seperti ITB, UI, UGM, UPI, UNAND, UNP dan lain-lain. Kompetensi staf pengajarnya juga dapat dilihat dari sistem perekrutan yang dilakukan oleh GAMA, dimana memiliki beberapa tahap antara lain: 1) Tes Potensi Akademik (tertulis), 2) Tes Presentasi Mengajar (*micro teaching*) dan 3) wawancara. Setelah melalui tahapan seleksi tersebut, pengajar baru akan mendapatkan proses *upgrading* melalui orientasi pengajar, magang, dan rapat kerja pengajar, selanjutnya baru diperkenankan untuk langsung mengajar di bimbingan belajar GAMA.

Lupiyoadi (2013: 98) menyatakan proses merupakan gabungan semua aktifitas, yang umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, dan hal-hal rutin lainnya, di mana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. Proses pembelajaran yang dilaksanakan bimbingan belajar GAMA adalah dimana siswa menerima pembelajaran dengan diberikan pemahaman konsep dasar yang tepat dan lengkap dengan mengembangkan suatu metode praktis serta mentransformasikan penguasaan konsep pelajaran ke dalam pembentukan perilaku siswa agar siswa mampu menyelesaikan soal-soal secara sistematis. Sementara *Physical evidence* (bukti fisik) merupakan lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan langsung berinteraksi dengan konsumen. (Lupiyoadi, 2013: 94). Unsur-unsur yang termasuk ke dalam *physical evidence* (bukti fisik) antara lain lingkungan fisik, peralatan/perabot, ruang pembelajaran, perlengkapan logo, papan nama dan warna yang digunakan oleh GAMA semenarik mungkin untuk memikat hati konsumen maupun calon konsumen.

Untuk mendapatkan informasi yang akurat tentang konsumen hal pertama yang harus dilakukan perusahaan adalah mengetahui perilaku konsumen. Perilaku konsumen menurut Lamb, Hair dan McDaniel (2001: 188) merupakan suatu proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan membeli, juga untuk menggunakan dan membuang barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk. Dengan mengetahui perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen maka akan membantu produsen untuk

menciptakan suatu produk yang sesuai dengan yang diinginkan konsumen tersebut.

Dalam menetapkan strategi pemasarannya bimbingan belajar GAMA menentukan beberapa kebijakan, khususnya pada bauran pemasaran. Bauran pemasaran dapat memberikan daya tarik kepada siswa GAMA. Faktor-faktor bauran pemasaran akan mempengaruhi keputusan siswa dalam melakukan pembelian jasa berupa bimbingan belajar. Setiap komponen bauran pemasaran dapat memberikan pengaruh positif atau negatif terhadap keputusan pembelian siswa. Jika bauran pemasaran memberikan pengaruh positif maka akan memperkuat keputusan pembelian jasa, dimana siswa akan melakukan pembelian ulang di bimbingan belajar GAMA, dan jika memberikan pengaruh negatif maka akan semakin memperlemah keputusan pembelian dimana siswa tidak akan membeli lagi jasa bimbingan belajar di GAMA.

Untuk mengetahui sejauh mana bauran pemasaran jasa mempengaruhi keputusan siswa memilih kembali bimbel GAMA, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: *“Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa Bimbingan Belajar GAMA di Kota Padang”*.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Meningkatnya kebutuhan masyarakat dan banyaknya bimbingan belajar yang bermunculan menyebabkan terjadinya persaingan yang sangat ketat di antara bimbel-bimbel dalam merebut pangsa pasar.
2. Adanya berbagai pertimbangan yang menjadi harapan-harapan siswa dalam melakukan keputusan pembelian. Diantaranya adalah bauran pemasaran jasa yang ditawarkan oleh pihak bimbel.
3. Jumlah bimbel yang semakin bertambah dipasaran, dan siswa semakin berwawasan dalam menilai untuk tetap melanjutkan bimbel di GAMA atau tidak.

C. Batasan Masalah

Mengacu pada identifikasi masalah di atas dan agar penelitian ini lebih terarah, maka penelitian ini hanya berfokus pada “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pembelian Ulang Jasa Bimbingan Belajar GAMA di Kota Padang”.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang dan batasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Sejauh mana faktor produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang?

2. Sejauh mana faktor harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang?
3. Sejauh mana faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang?
4. Sejauh mana faktor tempat berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang?
5. Sejauh mana faktor orang berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang?
6. Sejauh mana faktor proses berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang?
7. Sejauh mana faktor bukti fisik berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang?
8. Sejauh mana bauran pemasaran jasa secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan peneliti adalah untuk mengetahui :

1. Pengaruh faktor produk terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.
2. Pengaruh faktor harga terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.

3. Pengaruh faktor promosi terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.
4. Pengaruh faktor tempat terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.
5. Pengaruh faktor tenaga pengajar dan staf administrasi terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.
6. Pengaruh faktor proses terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.
7. Pengaruh faktor bukti fisik terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.
8. Pengaruh bauran pemasaran jasa secara simultan terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran bagi prodi Pendidikan Ekonomi dan keahlian Tata Niaga untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pelajar dalam memilih bimbingan belajar serta dapat menjadi acuan untuk penelitian ilmu terkait berikutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, memperluas wawasan dan pengetahuan tentang bauran pemasaran yang dapat meningkatkan keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar.

- b. Bagi Fakultas Ekonomi, dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai bauran pemasaran yang membentuk keputusan siswa SMA memilih bimbingan belajar serta menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.
- c. Bagi bimbingan belajar GAMA, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak perusahaan untuk mengetahui faktor dominan dari bauran pemasaran yang menjadi pertimbangan siswa untuk mengkonsumsi kembali jasa yang sudah digunakan sehingga pihak GAMA akan dapat senantiasa menyusun strategi dalam rangka memenuhi harapan dan kebutuhan siswa bimbingan belajar.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh, terdapat banyak variasi yang melatar belakangi keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang baik berdasarkan produk jasa yang ditawarkan, harga, promosi, tempat/lokasi, tenaga pengajar dan staf administrasi, proses, maupun bukti fisik, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang. Hal ini berarti bahwa variabel produk secara nyata ikut mempengaruhi dan berkontribusi terhadap keputusan pembelian ulang jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk jasa bimbingan belajar GAMA maka akan semakin mendorong siswa untuk melakukan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.
2. Variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang. Hal ini berarti bahwa variabel harga secara nyata ikut mempengaruhi dan berkontribusi terhadap keputusan pembelian ulang jasa. Pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin baik /sesuai harga dengan produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian ulang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin murah dan bersaing

harga bimbingan belajar GAMA maka akan semakin mendorong siswa untuk melakukan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.

3. Variabel promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang. Hal ini berarti bahwa variabel promosi secara nyata ikut mempengaruhi dan berkontribusi terhadap keputusan pembelian ulang jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik intensif promosi yang dilakukan bimbingan belajar GAMA maka akan semakin mendorong siswa untuk melakukan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.
4. Variabel tempat/lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang. Variabel promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang. Hal ini berarti bahwa variabel tempat/lokasi secara nyata ikut mempengaruhi dan berkontribusi terhadap keputusan pembelian ulang jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin strategis lokasi bimbingan belajar GAMA maka akan semakin mendorong siswa untuk melakukan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.
5. Variabel tenaga pengajar dan staf administrasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar

GAMA di Kota Padang. Variabel tenaga pengajar dan staf administrasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang. Hal ini berarti bahwa variabel promosi secara nyata ikut mempengaruhi dan berkontribusi terhadap keputusan pembelian ulang jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin kompeten tenaga pengajar yang dimiliki dan semakin baik kualitas layanan administrasi bimbingan belajar GAMA maka akan semakin mendorong siswa untuk melakukan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.

6. Variabel proses berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang. Hal ini berarti bahwa variabel proses secara nyata ikut mempengaruhi dan berkontribusi terhadap keputusan pembelian ulang jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin menyenangkan dan mudah dipahami suatu proses pembelajaran di bimbingan belajar GAMA maka akan semakin mendorong siswa untuk melakukan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.
7. Variabel bukti fisik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang. Hal ini berarti bahwa variabel bukti fisik secara nyata ikut mempengaruhi dan berkontribusi terhadap keputusan pembelian ulang jasa. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin nyaman dan memadai ruang belajar serta lengkapnya fasilitas bimbingan belajar

GAMA maka akan semakin mendorong siswa untuk melakukan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.

8. Variabel bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, harga, promosi, tempat/lokasi, tenaga pengajar dan staf administrasi, proses, dan bukti fisik, secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah penulis uraikan, maka penulis menyarankan:

1. Bagi perusahaan :
 - a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tempat dan harga mempunyai pengaruh yang dominan dibandingkan variabel yang lain, untuk itu bimbingan belajar GAMA sebaiknya mempertahankan pemilihan lokasi yang yang mudah diakses transportasi sehingga siswa mudah mengakses GAMA dan memutuskan untuk melakukan pembelian ulang jasa, begitu juga halnya dengan penetapan harga oleh GAMA, dengan harga yang terjangkau akan menimbulkan rasa ingin bertahan untuk tetap bimbel di bimbingan belajar GAMA pada semester atau tingkat berikutnya.
 - b. Berdasarkan hasil penelitian juga dapat dilihat bahwa bukti fisik merupakan variabel dengan pengaruh terendah dibandingkan variabel lainnya. Untuk itu bimbingan belajar GAMA diharapkan mampu meningkatkan kelengkapan fasilitas tambahan berupa ruangan yang

nyaman, musholla yang bersih, fasilitas internet yang bebas akses dan tempat parkir yang nyaman dan aman. Sehingga dapat semakin meningkatkan keinginan siswa untuk membeli ulang jasa bimbingan belajar di GAMA di Kota Padang.

2. Untuk penelitian selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan cara menggunakan variabel-variabel lain yang dapat meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli ulang jasa bimbingan belajar GAMA di Kota Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhikara, Nandiwardana Bawika. 2014. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang Jasa English Course*. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
- Alma, Buchari. 2008. *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Anggara,Ridho. 2015. *Faktor-faktor yang Menentukan Keputusan Pelajar dalam Memilih Bimbingan Belajar Nurul Fikri Cabang Gunung Pangilun Padang*. Skripsi. Padang: Fakultas Ekonomi Universitas Negri Padang.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Blackwell, dkk. 2001. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Cahyasari, Arum. 2009. *Pengaruh Faktor-Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Sepeda Motor Honda Jember*. Surakarta : Universitas 11 Maret.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2003. *Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003, Sistem Pendidikan Nasional*, Jakarta: Depdiknas.
- Ghozali 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill.2003. *Customer Loyalty. Menumbuhkan dan Mempertahankan Pelanggan*. Jakarta: Airlangga.
- Hawkins, dkk. 2007. *Consumer Behavior*. Newyork : Mc.Graw Hill
- Irawan, Daniel, dll. 2015. *Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Resto Ikan Bakar Cianjur Surabaya*. Surabaya: Universitas Kristen Petra
- Irianto, Agus. 2010. *Statistika Konsep, Dasar, Aplikasi dan Pengembangannya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Istanto, Yuni.2007. *Pengaruh Intervensi Pelayanan dan Disain Fasilitas Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang di toko Alfa Mart Yogyakarta*. Yogyakarta.
- Kertajaya, Hermawan. 2006. *Seri 9 Hermawan Kertajaya on Marketing Mix*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Umum.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1 edisi Tiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi Tiga Belas*. Penerjemah Bob sabran. Jakarta: Erlangga.