

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang ini, persaingan Lembaga Pendidikan semakin kompetitif. Banyaknya lembaga Pendidikan saat ini, membuat banyak lembaga Pendidikan baik yang dikelola pemerintah maupun swasta tidak mendapatkan peserta didik baru. Hal ini dikarenakan tingginya persaingan antara sekolah yang semakin inovatif untuk mendapatkan peserta didik. Pilihan yang beragam membuat calon konsumen bebas menentukan pilihannya terhadap jenis produk yang dapat memikat dan membuat konsumen loyal atas apa yang dia pilih. Persaingan antar lembaga pendidikan semakin kompetitif, menuntut organisasi membuat strategi yang inovatif dari para kompetitornya.

Citra merek, faktor yang dapat dipertimbangkan adalah seberapa lama perusahaan tersebut dapat berdiri dan beroperasi. Selain itu citra merek juga mempertimbangkan dengan adanya suatu kualitas produk yang ditawarkan perusahaan. Pemberian harga untuk produk yang ditawarkan, berdampak pada keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan besar keuntungan yang akan diperoleh oleh perusahaan. Dilakukannya promosi tujuannya adalah menarik minat masyarakat dengan produk yang ditawarkan perusahaan dengan mengandalkan kualitas produk yang baik

serta harga yang sesuai dan terlebih citra perusahaan yang sudah dikenal baik oleh masyarakat.

Sekolah SMA Agape BKKK atau disingkat BK-3 adalah sekolah SMA swasta yang terletak di provinsi Banten, kota Tangerang dan terakreditasi A. Sekolah SMA BK-3 merupakan bagian dari Yayasan BK-3 didirikan pada tanggal 29 Mei 1985. Sekolah BK-3 merupakan sekolah Kristen tertua di kota Tangerang. SMA AGAPE BK-3 mempunyai fasilitas sarana dan prasarana yang memadai dalam proses pengajaran. SMA AGAPE BK-3 bertujuan untuk membuat anak muridnya berkembang dengan baik, terutama dalam hal iman, ilmu, dan kasih.

Dari hal itu ternyata citra sekolah SMA AGAPE BK-3 dapat diminati oleh sebagian orang, tetapi ada saja hambatan orang dalam hal memberikan keputusan dalam memilih sekolah, seperti citra sekolah dan harga yang menjadi salah satu factor pertimbangan dalam hal memberikan keputusan dalam pemilihan terhadap suatu sekolah.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut peneliti bermaksud ingin meneliti apakah citra merek dan harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Maka dari itu penulis menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Sekolah dan Harga Terhadap Keputusan Orang Tua Murid dalam Menyekolahkan Anak di Sekolah Agape BKKK (Badan Kerjasama Kegiatan Kristen).**

B. Identifikasi Masalah

Agar permasalahan yang diteliti dapat lebih mudah dipahami dan dimengerti, maka disini penulis berusaha untuk menjabarkan permasalahan apa saja yang terjadi dan permasalahan seperti apa yang hendak penulis bahas dan jelaskan yang membuat mengambil judul dan tempat penelitian di tempat tersebut. Masalah-masalah tersebut yakni sebagai berikut :

1. Citra sekoah SMA Agape BK-3 kurang dikenal oleh sebagian orang.
2. Munculnya beberapa sekolah baru yang lebih baik dalam fasilitas yang ditawarkan.
3. Persaingan harga dan citra menjadi ancaman bagi sekolah Agape BK-3

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah citra sekolah berpengaruh terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah BK-3?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah BK-3?
3. Apakah citra merek dan harga berpengaruh terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah BK-3?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian yang akan dilakukan penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek terhadap keputusan orangtua dalam memilih sekolah BK-3.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan Orang tua dalam memilih sekolah BK-3.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan orang tua dalam memilih sekolah BK-3.

E. Manfaat Penelitian.

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan dibuatnya penelitian ini dapat menjadi masukan dalam ilmu pengetahuan terlebih bagi pengembangan ilmu manajemen mengenai pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Digunakan untuk acuan dan referensi guna untuk memberikan informasi bagi pihak yang berkepentingan terhadap penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Dengan penelitian ini diharapkan peneliti dapat menambah pengetahuan, pengalaman dan wawasan untuk pribadi penelitian mengenai penerapan teori dalam implementasi di dunia pemasaran yang ada.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Secara garis besar skripsi terdiri dari 5 bab yang masing-masing bab terdiri dari sub-sub sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini gambaran umum teori terkait variabel citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan perumusan hipotesa.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi jenis penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, Teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi deskripsi data hasil penelitian variabel independen dan dependen, analisis hasil penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan penutup dari penulisan skripsi yang berisi kesimpulan, implikasi, dan saran-saran.