

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Perkembangan sektor jasa di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin berorientasi pada kualitas dan nilai tambah. Salah satu sektor jasa yang mengalami perkembangan signifikan adalah sektor jasa pendidikan. Pendidikan tidak lagi dipandang semata-mata sebagai kewajiban formal, melainkan sebagai investasi jangka panjang yang menentukan kualitas sumber daya manusia di masa depan. Kesadaran tersebut mendorong masyarakat untuk mencari berbagai alternatif layanan pendidikan yang mampu mendukung pencapaian akademik peserta didik di luar sistem pendidikan formal. Menurut Kotler dan Keller (2016), perubahan kebutuhan dan perilaku konsumen mendorong organisasi jasa untuk terus beradaptasi agar mampu memberikan nilai yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Lembaga bimbingan belajar hadir sebagai bagian dari industri jasa pendidikan yang berfungsi melengkapi proses pembelajaran di sekolah. Lembaga bimbingan belajar tidak hanya berperan dalam membantu siswa memahami materi pelajaran, tetapi juga berfungsi sebagai sarana pendampingan akademik yang berkelanjutan. Menurut Gumilang et al. (2024), lembaga bimbingan belajar sebagai bagian dari pendidikan nonformal memiliki peran penting dalam membantu peserta didik meningkatkan kualitas pembelajaran dan mencapai tujuan akademiknya.

Meningkatnya tuntutan akademik, perubahan kurikulum, serta persaingan dalam pencapaian prestasi belajar menyebabkan kebutuhan akan layanan bimbingan belajar terus mengalami peningkatan. Kondisi tersebut mendorong semakin banyaknya lembaga bimbingan belajar yang menawarkan berbagai paket pembelajaran dengan keunggulan dan karakteristik yang beragam.

Meningkatnya jumlah penyedia jasa bimbingan belajar menyebabkan masyarakat, khususnya orang tua dan siswa, menjadi semakin selektif dalam menentukan pilihan. Respons masyarakat terhadap paket bimbingan belajar tidak lagi didasarkan pada harga semata, melainkan juga mempertimbangkan kualitas pelayanan, reputasi lembaga, serta tingkat kepercayaan terhadap manfaat layanan yang diberikan. Menurut Wijaya (2022), keputusan konsumen dalam memilih lembaga bimbingan belajar dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan serta citra lembaga yang terbentuk di benak pelanggan. Orang tua cenderung menilai apakah layanan bimbingan belajar mampu memberikan hasil belajar yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan, serta apakah lembaga tersebut memiliki komitmen dan konsistensi dalam mendampingi perkembangan akademik anak.

Loyalitas pelanggan menjadi salah satu tantangan utama bagi lembaga bimbingan belajar di tengah persaingan yang semakin ketat. Oliver (1999) mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai komitmen yang kuat untuk melakukan pembelian ulang atau menggunakan kembali suatu produk atau jasa secara konsisten di masa mendatang. Loyalitas pelanggan dalam jasa pendidikan tercermin dari keberlanjutan penggunaan layanan, kesediaan untuk memperpanjang paket belajar, serta kemauan pelanggan untuk merekomendasikan lembaga kepada pihak

lain. Loyalitas tidak terbentuk secara instan, melainkan melalui pengalaman layanan yang dirasakan pelanggan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan menjadi hal yang sangat penting bagi keberlangsungan lembaga bimbingan belajar.

Faktor utama yang memengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja layanan yang diterima. Dalam konteks bimbingan belajar, kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek, seperti kompetensi dan profesionalisme pengajar, kejelasan penyampaian materi, kesesuaian metode pembelajaran dengan kebutuhan siswa, kemudahan akses layanan, serta kemampuan lembaga dalam merespons pertanyaan maupun keluhan dari siswa dan orang tua. Pelayanan yang berkualitas akan menciptakan persepsi positif terhadap lembaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berpotensi membentuk loyalitas jangka panjang. Hasil penelitian Rahmayanti dan Rijali (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada lembaga bimbingan belajar.

Citra merek merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap suatu produk atau jasa. Menurut Aaker (1996), citra merek merupakan sekumpulan asosiasi yang tertanam dalam benak konsumen mengenai suatu merek. Dalam jasa pendidikan, citra merek sering kali menjadi pertimbangan awal bagi orang tua dalam memilih lembaga bimbingan belajar bagi anaknya. Lembaga dengan citra merek yang kuat dan positif cenderung dianggap

lebih terpercaya dan mampu memberikan kualitas layanan yang lebih baik. Citra merek yang positif perlu diimbangi dengan pengalaman layanan yang sesuai agar tidak menimbulkan ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan. Penelitian Swandayani et al. (2023) menunjukkan bahwa citra merek memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih lembaga pelatihan.

Kepercayaan pelanggan merupakan faktor penting lainnya dalam jasa pendidikan. Morgan dan Hunt (1994) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan keyakinan pelanggan terhadap integritas dan reliabilitas pihak penyedia jasa. Kepercayaan muncul ketika pelanggan meyakini bahwa lembaga bimbingan belajar memiliki kompetensi, integritas, dan komitmen untuk memberikan manfaat nyata bagi perkembangan akademik siswa. Mengingat jasa pendidikan bersifat tidak berwujud dan hasilnya baru dapat dirasakan dalam jangka waktu tertentu, tingkat kepercayaan pelanggan sangat menentukan keberlanjutan penggunaan layanan. Rendahnya kepercayaan pelanggan dapat mendorong pelanggan untuk menghentikan penggunaan layanan, meskipun lembaga tersebut memiliki citra merek yang baik. Temuan tersebut didukung oleh penelitian Dewantari, Telagawathi, dan Widiastini (2024) yang menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan berperan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

Sejumlah penelitian terdahulu mendukung pentingnya peran kualitas pelayanan, citra merek, dan kepercayaan pelanggan dalam membentuk loyalitas. Penelitian yang dilakukan oleh Danar Karina (2025) pada lembaga bimbingan belajar "*Smart House*" menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, khususnya dari sudut pandang orang

tua siswa. Penelitian tersebut menegaskan bahwa pelayanan yang ramah, komunikasi yang baik antara pengajar dan orang tua, serta konsistensi kualitas pengajaran menjadi faktor penting dalam mempertahankan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa respon masyarakat terhadap layanan bimbingan belajar sangat dipengaruhi oleh pengalaman pelayanan yang dirasakan secara langsung. Penelitian lain dalam konteks pendidikan menengah juga menunjukkan bahwa orang tua memandang bimbingan belajar sebagai bentuk investasi akademik yang strategis. Masyarakat cenderung memiliki ekspektasi tinggi terhadap lembaga bimbingan belajar, baik dari segi kualitas pengajaran maupun transparansi dalam penyampaian perkembangan belajar siswa. Apabila ekspektasi tersebut tidak terpenuhi, maka tingkat kepercayaan dan loyalitas pelanggan berpotensi menurun. Hal ini memperkuat pandangan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan memiliki hubungan yang erat dalam membentuk loyalitas pelanggan jasa pendidikan.

Perkembangan teknologi digital turut mengubah pola layanan bimbingan belajar. Lembaga bimbingan belajar berbasis teknologi menawarkan fleksibilitas waktu dan tempat belajar, kemudahan akses materi, serta variasi metode pembelajaran yang lebih interaktif. Namun, kemudahan tersebut juga meningkatkan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang lebih responsif dan personal. Masyarakat semakin mudah membandingkan berbagai paket bimbingan belajar yang tersedia, sehingga loyalitas pelanggan menjadi semakin sulit dipertahankan apabila lembaga tidak mampu memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kebutuhan akan layanan bimbingan belajar pada jenjang pendidikan menengah atas cenderung meningkat seiring dengan meningkatnya kompleksitas materi pelajaran dan tuntutan pencapaian akademik. Menurut Gumilang dan Soebiantoro (2024), lembaga bimbingan belajar memiliki peran sebagai sarana pendukung pembelajaran yang membantu peserta didik mencapai tujuan akademik secara lebih optimal . Pada fase awal jenjang pendidikan menengah atas, siswa membutuhkan pendampingan belajar yang intensif untuk beradaptasi dengan sistem pembelajaran yang baru. Persepsi siswa terhadap kualitas pelayanan, citra merek, dan tingkat kepercayaan terhadap lembaga bimbingan belajar menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan untuk melanjutkan penggunaan layanan tersebut.

Berdasarkan data pengguna Ruangguru Denpasar Melati, siswa kelas X merupakan jenjang dengan jumlah pengguna terbanyak dibandingkan jenjang lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa layanan bimbingan belajar menjadi kebutuhan yang cukup tinggi bagi siswa pada jenjang tersebut. Tingginya penggunaan layanan Ruangguru mencerminkan adanya kebutuhan akan pendampingan belajar yang mampu membantu siswa menghadapi berbagai tantangan akademik selama menempuh pendidikan di tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA). Siswa kelas X berada pada fase awal pendidikan di jenjang SMA yang ditandai dengan proses adaptasi terhadap lingkungan belajar, sistem pembelajaran, dan tuntutan akademik yang berbeda dari jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP). Perubahan tersebut menuntut siswa untuk menyesuaikan cara belajar, mengembangkan kemampuan belajar secara mandiri, serta meningkatkan kesiapan

dalam memahami materi yang memiliki tingkat kompleksitas lebih tinggi. Proses penyesuaian ini tidak selalu berlangsung dengan mudah sehingga sebagian siswa memerlukan dukungan tambahan untuk membantu mereka mengikuti pembelajaran secara optimal. Kompleksitas materi pelajaran, variasi metode pembelajaran yang diterapkan oleh guru, serta meningkatnya beban tugas menjadi tantangan yang sering dihadapi siswa kelas X pada masa transisi menuju pendidikan menengah atas. Tantangan tersebut dapat memengaruhi pemahaman materi, motivasi belajar, hingga kemampuan siswa dalam mencapai hasil belajar yang diharapkan. Kebutuhan akan sumber belajar yang mudah diakses dan mampu memberikan penjelasan secara lebih mendalam menjadi semakin penting pada tahap ini.

Layanan bimbingan belajar berbasis digital, seperti Ruangguru, memberikan alternatif bagi siswa untuk memperoleh materi pembelajaran, video penjelasan, latihan soal, serta pembahasan yang dapat diakses secara fleksibel sesuai dengan kebutuhan belajar masing-masing. Dominannya jumlah pengguna dari jenjang kelas X di Ruangguru Denpasar Melati menunjukkan bahwa layanan tersebut dimanfaatkan sebagai pendukung proses adaptasi akademik dan sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman siswa terhadap materi pembelajaran di jenjang SMA.

Berdasarkan data jumlah siswa kelas X Lembaga Bimbingan Belajar Ruangguru Denpasar Melati Ruangguru selama periode 2022–2025, terlihat adanya perubahan jumlah siswa dan tingkat perpanjangan (*renewal*) penggunaan layanan pada setiap semester. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan

menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam mempertahankan pelanggan agar tetap menggunakan layanan yang ditawarkan.

Tabel 1.1 Data Pelanggan Ruangguru 2022-2025

Tahun	Semester	Jumlah Siswa	Jumlah Renewal
2022	Semester I	55	-
2022	Semester II	57	34
2023	Semester I	46	-
2023	Semester II	29	17
2024	Semester I	23	-
2024	Semester II	25	15
2025	Semester I	27	-
2025	Semester II	32	21

Sumber: Data internal pengguna Ruangguru, 2025.

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah pengguna Ruangguru mengalami fluktuasi pada setiap periode. Pada tahun 2022 jumlah siswa mencapai 55 orang pada semester I dan meningkat menjadi 57 orang pada semester II dengan jumlah pelanggan yang melakukan perpanjangan layanan sebanyak 34 orang. Namun pada tahun 2023 jumlah pengguna mengalami penurunan menjadi 46 orang pada semester I dan kembali menurun menjadi 29 orang pada semester II dengan jumlah pelanggan yang melakukan perpanjangan layanan sebanyak 17 orang. Pada tahun 2024 jumlah pengguna Ruangguru tercatat sebanyak 23 orang pada semester I dan meningkat menjadi 25 orang pada semester II dengan jumlah pelanggan yang melakukan perpanjangan layanan sebanyak 15 orang. Selanjutnya pada tahun 2025 jumlah pengguna kembali meningkat menjadi 27 orang pada semester I dan 32 orang pada semester II dengan jumlah pelanggan yang melakukan perpanjangan layanan sebanyak 21 orang.

Fluktuasi jumlah pengguna serta tingkat perpanjangan layanan tersebut menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan menjadi faktor penting dalam

keberlangsungan penggunaan layanan Ruangguru. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan berbagai faktor yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan, di antaranya kualitas pelayanan, citra merek, dan kepercayaan pelanggan.

Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa kuatnya citra merek tidak selalu menjamin loyalitas pelanggan apabila tidak diimbangi dengan kualitas pelayanan yang dirasakan serta tingkat kepercayaan pelanggan yang tinggi. Siswa dan orang tua dapat dengan mudah berpindah ke lembaga bimbingan belajar lain yang dianggap lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan pada lembaga bimbingan belajar.

Penelitian mengenai kualitas pelayanan, citra merek, kepercayaan pelanggan, dan loyalitas pelanggan telah banyak dilakukan pada berbagai bidang usaha maupun jasa. Namun, penelitian yang dilakukan pada industri jasa pendidikan, khususnya pada pengguna Brain Academy Ruangguru Denpasar Melati dengan responden siswa kelas X, masih terbatas. Perbedaan objek penelitian dan karakteristik responden memungkinkan diperolehnya hasil yang berbeda dari penelitian sebelumnya.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan serta pentingnya loyalitas pelanggan bagi keberlangsungan perusahaan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada siswa kelas X Lembaga Bimbingan Belajar Ruangguru Denpasar Melati.” Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan bagi Brain Academy Ruangguru Denpasar dalam

meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat citra merek, membangun kepercayaan pelanggan, serta mempertahankan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi tiga permasalahan utama sebagai berikut:

- 1) Terjadi fluktuasi jumlah siswa pada siswa kelas X Lembaga Bimbingan Belajar Ruangguru Denpasar Melati dari tahun 2022 hingga 2025 yang mengindikasikan adanya permasalahan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.
- 2) Kualitas pelayanan yang diberikan pada siswa kelas X Lembaga Bimbingan Belajar Ruangguru Denpasar Melati diduga belum sepenuhnya mampu memenuhi harapan siswa, khususnya terkait kejelasan materi, metode pembelajaran, serta responsivitas layanan pendukung, sehingga berpotensi memengaruhi loyalitas pelanggan.
- 3) Citra merek Lembaga Bimbingan Belajar Ruangguru Denpasar Melati yang kuat secara nasional belum sepenuhnya menjamin keberlanjutan penggunaan layanan oleh siswa di tingkat cabang, sehingga perlu dikaji pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan.
- 4) Tingkat kepercayaan pelanggan terhadap Lembaga Bimbingan Belajar Ruangguru Denpasar Melati, khususnya siswa SMA kelas X, diduga masih beragam dan berpotensi memengaruhi keputusan siswa untuk terus menggunakan layanan bimbingan belajar tersebut.

1.3 Pembatasan Masalah

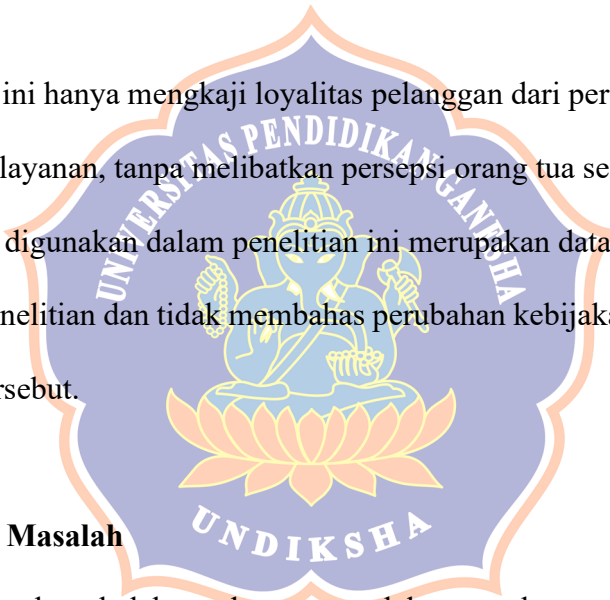
Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini dibatasi pada analisis pengaruh kualitas pelayanan, citra merek, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada siswa kelas X Lembaga Bimbingan Belajar Ruangguru Denpasar Melati.
- 2) Subjek penelitian dibatasi pada siswa SMA kelas X yang menggunakan layanan Lembaga Bimbingan Belajar Ruangguru Denpasar Melati yang menjadi objek penelitian.
- 3) Penelitian ini hanya mengkaji loyalitas pelanggan dari perspektif siswa sebagai pengguna layanan, tanpa melibatkan persepsi orang tua secara langsung.
- 4) Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh pada periode penelitian dan tidak membahas perubahan kebijakan perusahaan di luar periode tersebut.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pelanggan pada siswa kelas X Lembaga Bimbingan Belajar Ruangguru Denpasar Melati?
- 2) Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada siswa kelas X Lembaga Bimbingan Belajar Ruangguru Denpasar Melati?



- 3) Apakah kepercayaan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada siswa kelas X Lembaga Bimbingan Belajar Ruangguru Denpasar Melati?
- 4) Apakah pengaruh kualitas pelayanan, citra merek, dan kepercayaan pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada siswa kelas X Lembaga Bimbingan Belajar Ruangguru Denpasar Melati?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis:

- 1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada siswa kelas X Lembaga Bimbingan Belajar Ruangguru Denpasar Melati.
- 2) Pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan pada siswa kelas X Lembaga Bimbingan Belajar Ruangguru Denpasar Melati.
- 3) Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada siswa kelas X Lembaga Bimbingan Belajar Ruangguru Denpasar Melati.
- 4) Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek, dan kepercayaan pelanggan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada siswa kelas X Lembaga Bimbingan Belajar Ruangguru Denpasar Melati.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis, diharapkan penelitian ini memberikan manfaat secara teoritis serta praktis:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori dalam bidang pemasaran jasa, khususnya mengenai loyalitas pelanggan di sektor layanan digital. Temuan dari penelitian ini juga dapat memperkaya literatur tentang pengaruh kualitas layanan, citra merek, dan kepercayaan pelanggan terhadap perilaku pelanggan di industri edutech.

1.6.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan strategis bagi Ruangguru Denpasar Melati dalam menyusun kebijakan peningkatan layanan, penguatan merek, dan pengelolaan hubungan pelanggan untuk menciptakan loyalitas jangka panjang. Penelitian ini juga berguna bagi perusahaan *edutech* lain yang ingin mengoptimalkan loyalitas pengguna.

