

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri jasa pelatihan di Indonesia terus menunjukkan perkembangan pesat seiring meningkatnya kebutuhan individu dan organisasi untuk meningkatkan kompetensi di tengah persaingan global. Jasa pelatihan kini menjadi solusi utama dalam memenuhi kebutuhan pengembangan keterampilan, baik teknis maupun non-teknis, yang relevan dengan tuntutan dunia kerja. Dalam kondisi ini, perusahaan penyedia jasa pelatihan seperti PT Insmart memiliki peluang besar untuk memainkan peran strategis. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana mempertahankan daya saing dan relevansi layanan di tengah persaingan yang semakin ketat berdasarkan data sebaran Lembaga Sertifikasi Profesi yang teregistrasi di sistem Badan Nasional Sertifikasi Profesi bulan Desember tahun 2024 dengan total 2.339 Lembaga terdaftar.

Keputusan pelanggan untuk memilih jasa pelatihan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor utama adalah keragaman produk. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa keberagaman produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar akan meningkatkan daya tarik layanan yang ditawarkan. Dalam konteks jasa pelatihan, keragaman produk berarti menyediakan berbagai program pelatihan yang mencakup pelatihan teknis, manajerial, dan

pengembangan *soft skills*. Dengan memberikan variasi pilihan, perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang berbeda-beda.

Selain keragaman produk, kualitas pelayanan juga memainkan peran penting dalam keputusan pelanggan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) Dalam model SERVQUAL menekankan bahwa dimensi kualitas pelayanan seperti keandalan, responsivitas, dan empati sangat berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya menciptakan kepuasan, tetapi juga meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap jasa yang diberikan.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah harga. Stanton (2014) mengemukakan bahwa harga merupakan elemen kunci yang memengaruhi persepsi pelanggan terhadap nilai yang diterima. Harga yang kompetitif dapat menjadi daya tarik utama dalam industri jasa pelatihan. Dalam kasus PT Insmart, penting untuk menyeimbangkan harga dengan kualitas layanan dan keberagaman produk yang ditawarkan agar mampu bersaing dengan penyedia jasa pelatihan lainnya.

Penelitian Lusiana Tulhusnah (2022) menunjukkan bahwa keragaman produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko Rani Louhan di Payangan Bali. Penelitian Ivaliony Mega Zhara (2024) menunjukkan bahwa keberagaman produk memiliki pengaruh positif namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Indogrosir di Samarinda. Penelitian Ulil Amri (2021) menunjukkan bahwa biaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih lembaga pendidikan. Penelitian Mulyono (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga

berpengaruh positif, sedangkan harga tidak memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian jasa kursus pada LKP Delta di Kabupaten Kulon Progo.

Melalui kombinasi antara keragaman produk, kualitas pelayanan, dan harga yang kompetitif, PT Insmart dapat menarik perhatian lebih banyak pelanggan dan memperkuat posisinya di pasar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap pengambilan keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa pelatihan di PT Insmart. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam meningkatkan daya saing dan memaksimalkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan fenomena dan inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pelatihan di PT Insmart”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa pelatihan di PT Insmart?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa pelatihan di PT Insmart?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa pelatihan di PT Insmart?

C. Batasan Masalah

1. Variabel dalam penelitian ini adalah: Keragaman Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3) sebagai variabel bebas dan Keputusan Pembelian (Y) sebagai variabel terikat.
2. Sampel dalam penelitian ini adalah Perusahaan rekanan PT Insmart yang sudah bekerja sama sejak tahun 2015 hingga tahun 2024.
3. Penelitian dilakukan pada bulan Desember 2024.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap keputusan penggunaan jasa pelatihan di PT Insmart.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pelatihan di PT Insmart.
3. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan penggunaan jasa pelatihan di PT Insmart.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penulis :
 - a. Mengembangkan ilmu pengetahuan. Penelitian ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk mendalami teori-teori pemasaran, khususnya terkait pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap pengambilan keputusan pelanggan.

- b. Penguasaan metode penelitian. Penelitian ini membantu penulis dalam mengaplikasikan metode penelitian kuantitatif, mulai dari perancangan instrumen penelitian, pengumpulan data, hingga analisis data. Hal ini akan meningkatkan kemampuan penulis dalam melakukan penelitian yang sistematis dan berbasis data.
 - c. Pengayaan kompetensi analisis. Penulis meningkatkan kemampuan analisis, terutama dalam memahami hubungan antara berbagai variabel yang memengaruhi keputusan pelanggan. Kompetensi ini bermanfaat bagi penulis untuk menganalisis masalah secara lebih mendalam dan menyusun rekomendasi berbasis data.
 - d. Relevansi dengan karier masa depan. Dengan melakukan penelitian ini, penulis mendapatkan pengalaman langsung dalam menganalisis strategi pemasaran jasa, yang dapat diaplikasikan di dunia kerja, terutama dalam bidang pemasaran.
 - e. Kontribusi terhadap pengembangan diri. Penelitian ini melatih penulis dalam berpikir kritis, menyusun argumen logis, dan membuat keputusan berdasarkan bukti empiris. Selain itu, proses penelitian juga meningkatkan keterampilan manajemen waktu, disiplin, dan tanggung jawab yang penting bagi pengembangan pribadi.
2. Manfaat Bagi STIM YKPN
- a. Pengayaan literatur akademik. Penelitian ini dapat menambah koleksi referensi ilmiah di Kampus STIM YKPN, khususnya dalam bidang pemasaran jasa.

- b. Relevansi dengan dunia industri. Penelitian ini memberikan wawasan tentang strategi pemasaran yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja, terutama dalam industri jasa pelatihan.
 - c. Meningkatkan citra akademik. Penelitian ini menunjukkan kualitas penelitian yang dihasilkan oleh mahasiswa Kampus STIM YPKN.
 - d. Kolaborasi dengan dunia industri. Dengan fokus penelitian pada PT Insmart, kampus dapat memperkuat hubungan dengan dunia industri. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk menjalin kerja sama dalam bentuk pelatihan, seminar, atau program lainnya yang menguntungkan bagi mahasiswa dan institusi.
 - e. Memberikan inspirasi bagi rekan mahasiswa. Penelitian ini dapat menjadi motivasi bagi mahasiswa lain untuk melakukan penelitian yang relevan dengan kebutuhan industri dan memberikan manfaat nyata, baik untuk akademik maupun dunia usaha.
3. Manfaat Bagi PT Insmart
- a. Memberikan wawasan tentang preferensi pelanggan. Penelitian ini membantu PT Insmart memahami faktor-faktor utama yang memengaruhi pengambilan keputusan pelanggan, khususnya terkait keragaman produk, kualitas pelayanan, dan harga. Wawasan ini dapat digunakan untuk menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
 - b. Evaluasi dan peningkatan layanan. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai bahan evaluasi untuk menilai kekuatan dan kelemahan dari

layanan yang ditawarkan. PT Insmart dapat memanfaatkan temuan ini untuk meningkatkan kualitas pelayanan, memperluas keragaman produk, atau menyesuaikan strategi penetapan harga.

- c. Peningkatan daya saing perusahaan. Dengan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pelanggan, PT Insmart dapat merancang strategi yang lebih kompetitif di pasar jasa pelatihan. Hal ini dapat membantu perusahaan meningkatkan daya saing terhadap kompetitor dan memperluas pangsa pasar.
- d. Mendukung perencanaan strategis. Penelitian ini memberikan data empiris yang dapat digunakan oleh manajemen PT Insmart dalam merumuskan perencanaan strategis jangka pendek maupun jangka panjang. Temuan penelitian dapat menjadi dasar dalam menyusun inovasi produk dan layanan yang lebih relevan.
- e. Meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan memahami ekspektasi dan kebutuhan pelanggan melalui penelitian ini, PT Insmart dapat merancang layanan yang lebih sesuai.
- f. Sebagai referensi untuk pengembangan produk baru. Temuan mengenai keragaman produk dapat memberikan ide atau masukan untuk pengembangan program pelatihan baru yang sesuai dengan tren dan kebutuhan perusahaan.
- g. Memperkuat *brand image*. Melalui implementasi strategi berdasarkan hasil penelitian, PT Insmart dapat membangun citra perusahaan yang

lebih baik sebagai penyedia jasa pelatihan yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara holistik.