

**Yoseph Darius Purnama Rangga, SE., MM**



# **MANAJEMEN PEMASARAN**

**(TEORI DAN IMPLEMENTASI  
DALAM PERGURUAN TINGGI)**

## Biografi Penulis



Yoseph Darius Purnama Ranga, SE.,MM lahir di Surabaya, pada tanggal 12 Juni 1983. Ia merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Bapak (Alm) Drs. Rofinus Dote dan Ibu Mieske Sara Josephine. Setelah menamatkan pendidikan Sarjana (S1) di Universitas Putra Bangsa Surabaya pada tahun 2005, Pria ini bertekad melanjutkan pendidikan S2-nya di Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIESIA Surabaya Indonesia dan Lulus di Tahun 2008. Setelah menyelesaikan pendidikan S2 nya, Penulis mengabdikan di Kota Maumere, Flores, NTT untuk menjadi Dosen Tetap Di Universitas Nusa Nipa Indonesia, Maumere, Flores, NTT. Di Tahun 2010-2012 pernah dipercaya menjadi Kepala Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi di Universitas Tersebut.

Selain menjadi Dosen, pada tahun 2008-sekarang, juga bekerja sebagai Relawan (Volunter) di Bidang Kemanusiaan TRUK-F (Tim Relawan Untuk Kemanusiaan Flores). Selain sudah memperoleh Sertifikasi Dosen (2019), pada tanggal 12 Juli 2021, Penulis juga Lulus sebagai ASESOR yang diadakan oleh Badan Akreditasi Nasional S/M Pusat untuk pelaksanaan Akreditasi sekolah/madrasah di wilayah Provinsi NTT dengan menggunakan IASP2020 yang berlaku selama 4 tahun sampai dengan 31 Desember 2025. Penulis Juga sudah banyak sekali melakukan penelitian dan publikasi, dan di Tahun 2020-2025, Menjadi Anggota Dewan Editor di salah satu Jurnal Nasional Terakreditasi Kemenristekdikbud.

**MANAJEMEN PEMASARAN**  
**(TEORI DAN IMPLEMENTASI DALAM PERGURUAN TINGGI)**

**Yoseph Darius Purnama Rangga, SE., MM**



**eureka**  
**media aksara**

**PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA**

**MANAJEMEN PEMASARAN  
(TEORI DAN IMPLEMENTASI DALAM PERGURUAN  
TINGGI)**

**Penulis** : Yoseph Darius Purnama Rangga, SE., MM.

**Editor** : Dwi Winarni, SE., M.Sc.

**Desain Sampul** : Eri Setiawan

**Tata Letak** : Hikmah Millenia Saputri

**ISBN** : 978-623-5896-85-4

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, FEBRUARI 2022**  
**ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH**  
**NO. 225/JTE/2021**

**Redaksi:**

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari  
Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992

Surel : eurekaediaaksara@gmail.com

Cetakan Pertama : 2022

**All right reserved**

Hak Cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan buku ini. Penulisan buku merupakan buah karya dari pemikiran penulis yang diberi judul “Manajemen Pemasaran (Teori dan Implementasi Dalam Perguruan Tinggi)”. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan karya ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih pada semua pihak yang telah membantu penyusunan buku ini. Sehingga buku ini bisa hadir di hadapan pembaca.

Kualitas layanan merupakan hal terpenting dalam mendukung eksistensi usaha baik yang bergerak dalam bidang industri langsung maupun jasa. Oleh karena itu kualitas layanan bagi para konsumen perlu dianalisis sedemikian rupa untuk tetap memelihara konsumen yang ada apalagi dalam mendapatkan pelanggan baru. Menyadari kenyataan yang akan dihadapi dalam era globalisasi ini, dunia bisnis seyogyanya membangun sistem kualitas modern agar mampu mempertahankan pelanggan yang ada (*customer loyalty*) dan menaruh konsumen (pelanggan potensial) menjadi pelanggan dari perusahaan jasa tersebut. Kualitas layanan yang memuaskan akan memberikan gambaran yang baik terhadap perusahaan. Sebaliknya bila mengecewakan, kesan yang diterima pelanggan akan buruk. Selain itu pula apabila kualitas yang baik benar-benar dilaksanakan, maka dapat dipergunakan sebagai salah satu cara untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dan pengembangannya. Pada dasarnya hanya pelanggan yang menilai kualitas layanan dari suatu perusahaan itu berkualitas atau tidak. Melalui buku ini penulis akan membahas lebih dalam mengenai manajemen pemasaran baik secara teori maupun implementasinya.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan guna penyempurnaan buku ini. Akhir kata penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga buku ini akan membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
BAB 2 PERUSAHAAN JASA.....	7
A. Perguruan Tinggi sebagai Organisasi Jasa .....	7
B. Karakteristik dan Sifat-sifat khusus Perusahaan Jasa .....	8
BAB 3 KUALITAS LAYANAN.....	10
A. Kualitas Layanan .....	10
B. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	14
C. Bauran Pemasaran .....	15
D. Kepuasan Pelanggan.....	23
E. Loyalitas Pelanggan .....	26
BAB 4 GAMBARAN LOKASI KAJIAN .....	28
A. Sejarah Singkat Perusahaan .....	28
BAB 5 PENUTUP .....	30
DAFTAR PUSTAKA.....	32
TENTANG PENULIS .....	44



**MANAJEMEN PEMASARAN  
(TEORI DAN IMPLEMENTASI DALAM  
PERGURUAN TINGGI)**





# BAB

# 1

# PENDAHULUAN

Kualitas layanan merupakan hal terpenting dalam mendukung eksistensi usaha baik yang bergerak dalam bidang industri langsung maupun jasa. Oleh karena itu kualitas layanan bagi para konsumen perlu dianalisis sedemikian rupa untuk tetap memelihara konsumen yang ada apalagi dalam mendapatkan pelanggan baru. Menyadari kenyataan yang akan dihadapi dalam era globalisasi ini, dunia bisnis seyogyanya membangun sistem kualitas modern agar mampu mempertahankan pelanggan yang ada (*customer loyalty*) dan menaruh konsumen (pelanggan potensial) menjadi pelanggan dari perusahaan jasa tersebut.

Perguruan Tinggi Swasta beberapa tahun terakhir telah memberikan warna tersendiri bagi perkembangan pendidikan di Indonesia. Pada awal keberadaannya, Perguruan Tinggi Swasta disorot sebagai lembaga pendidikan kelas dua setelah perguruan tinggi negeri. Anggapan tersebut muncul karena pada umumnya Perguruan Tinggi Swasta dirintis dan didirikan oleh dosen-dosen Perguruan Tinggi Negeri dengan pengelolaan kurang maksimal dengan tujuan untuk menampung calon mahasiswa yang tidak diterima di Perguruan Tinggi Negeri.

Menurut Tjiptono (1998 : 25), Perguruan Tinggi Swasta merupakan organisasi penghasil produk berupa jasa yang harus dipasarkan kepada konsumen dan dapat diklasifikasikan sebagai layanan jasa yang berdaya tahan lama. Apabila Perguruan Tinggi Swasta dinilai masih kurang memperhatikan kualitas pendidikannya, maka akan sangat mempengaruhi jumlah permintaan terhadap produknya.

# BAB 2

## PERUSAHAAN JASA

### A. Perguruan Tinggi sebagai Organisasi Jasa

Menurut Tjiptono (1998 : 25), Perguruan Tinggi merupakan Organisasi penghasil produk berupa jasa yang harus dipasarkan kepada konsumen dan dapat diklasifikasikan sebagai layanan jasa yang berdaya tahan lama, oleh karena itu Perguruan Tinggi merupakan suatu jasa atau *service* yang mempunyai karakteristik sama dengan karakteristik jasa pada umumnya. Jasa Perguruan Tinggi apabila dikaitkan dengan konsep jasa yang dikemukakan oleh Tjiptono (1998 : 26) dan Payne (1993 : 12) seperti diatas mempunyai karakteristik :

1. *Intangible* (tidak berwujud), Jasa Perguruan Tinggi tidak berwujud secara fisik atau tidak nampak secara kasat mata. Karena tidak berwujud itu, maka produk dari Perguruan Tinggi baru bisa dilihat benefitnya pada saat mahasiswa menyelesaikan pendidikannya (dalam kurun waktu tertentu) dan mendapatkan pekerjaan sesuai dengan kualifikasi pendidikan yang telah diikuti.
2. *Inseparability* (tak terpisah), Pemberian jasa Perguruan Tinggi membutuhkan kehadiran pendidik (dosen) dan anak didik (mahasiswa) pada saat yang bersamaan. Interaksi antara pendidik dengan anak didik dilakukan dengan cara mendatangi pendidik, dan interaksi terjadi pada suatu tempat. Interaksi sebagai bagian dari jasa Perguruan Tinggi itu sendiri tidak dapat dipisahkan dari tempat (*place*) dimana jasa itu diperoleh.
3. *Variability* (keragaman), Kualitas jasa perguruan tinggi sangat variatif/beranekaragam tergantung siapa yang memberikan

# BAB 3

## KUALITAS LAYANAN

### A. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah suatu layanan yang diberikan dari penjualan yang bertujuan didalam pencapaian kepuasan pelanggan, dimana konsumen yang menilai: “ apakah layanan yang telah diberikan oleh penjual sudah baik atau berkualitas?”, karena yang menjadi pertimbangan utama dari pelanggan dalam membeli suatu layanan adalah kualitas dari layanan yang mereka peroleh bukan dari harga atau biaya yang murah dan ini sangat mempengaruhi intensitas pembelian pelanggan terhadap layanan yang ditawarkan oleh penjual. Berdasarkan hal ini, maka peningkatan kualitas layanan harus berorientasi pada pelanggan.

Menurut Alma (1995: 61) Layanan (*service*) didefinisikan sebagai aktifitas ekonomi yang memproduksi waktu, tempat, form/kegunaan psikologis. Ada yang mendefinisikan lagi *service* sebagai lawan dari barang/produk. Jika barang/produk adalah obyek berwujud yang dapat dibuat dan dijual/digunakan kemudian *service* adalah *intangibile* dan dapat/mengalami kerusakan (*perishable*).

Definisi kualitas jasa (*Service Quality*) yang dikembangkan Parasuraman *et.al.* seperti yang dikutip oleh Rambat (2001 : 142) “bahwa *service quality* atau kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh”.

Kualitas layanan yang memuaskan akan memberikan gambaran yang baik terhadap perusahaan. Sebaliknya bila mengecewakan, kesan yang diterima pelanggan akan buruk.

# BAB 4

## GAMBARAN LOKASI KAJIAN

### A. Sejarah Singkat Perusahaan

Universitas Nusa Nipa ( UNIPA ) adalah lembaga pendidikan tinggi yang dikelola oleh Yayasan Pendidikan Tinggi Nusa Nipa Maumere, di bawah lindungan Pemerintah Kabupaten Sikka Propinsi Nusa Tenggara Timur. Universitas Nusa Nipa didirikan berdasarkan akte pendirian Nomor 05 tanggal 08 Oktober 2003 dan akte Nomor 21 tanggal 22 Oktober 2004 yang telah disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM RI Nomor : C - 187. HT. 01.02. Tahun 2005 tanggal 15 Pebruari 2005, dengan tujuan untuk menghasilkan sarjana yang trampil, berwawasan wirausaha, mampu berkarya dan mengembangkan ilmu untuk memanfaatkan sumberdaya serta ikut serta mencerdaskan bangsa melalui pendidikan yang berdimensi serta berorientasi global.

Nama "NUSA NIPA" adalah nama asli dari pulau Flores yang artinya "Pulau Ular". Secara operasional, Universitas Nusa Nipa berjalan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 69/D/O/2005 tanggal 26 Mei 2005 dengan 6 Fakultas dan memiliki 13 progam studi yaitu Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan (S-1 Keperawatan dan D-3 Keperawatan), Fakultas Teknik (Teknik Informatika, Teknik Sipil, dan Teknik Arsitektur), Fakultas Ilmu Kelautan dan Perikanan (Teknologi Perikanan), Fakultas Pertanian (Agribisnis dan Teknologi Pertanian), Fakultas Ilmu-ilmu Sosial (Psikologi dan Ilmu Komunikasi), Fakultas Ekonomi (Akuntansi dan Manajemen), serta satu UPT Bahasa dengan jenjang program D-3 Bahasa Inggris.

# BAB

# 5

# PENUTUP

Sebagai akhir dari penulisan ini dimana sebelumnya penulis telah menjelaskan pembahasan dan uraian bab demi bab, maka pembaca akan mengetahui bahwa dari hasil yang berhubungan dengan penelitian tentang Pengaruh kualitas pelayanan dan bauran pemassaran terhadap mahasiswa di kampus UNIPA, memiliki nilai koefisien multikolinear untuk *tangible* ( $X_1$ ) dalam VIF sebesar 5.557 dengan toleransi 0.180 sedangkan *reliability* ( $X_2$ ) dalam VIF sebesar 9.369 dengan toleransi 0.107 dan *responsiveness* ( $X_3$ ) dalam VIF sebesar 7.687 dengan toleransi 0.130, *ansurance* ( $X_4$ ) dalam VIF sebesar 7.156 dengan toleransi 0.140 dan *emphaty* ( $X_5$ ) dalam VIF sebesar 5.824 dengan toleransi 0.172, maka dinyatakan variabel bebas tersebut memiliki hubungan terhadap variabel terikat sehingga dapat diasumsikan bahwa penelitian tersebut layak untuk diteliti dengan menggunakan uji regresi linier.

Sedangkan hasil pengujian dengan menggunakan pengujian heteroskedastisitas terhadap variabel bebas seperti *Tangible* ( $X_1$ ), *Reliability* ( $X_2$ ), *Responsiveness* ( $X_3$ ), *Assurance* ( $X_4$ ), *Emphaty* ( $X_5$ ), diketahui terdapat varian dengan model asumsi pengujian yang tidak sama dalam hasil pengujian seperti yang terlihat pada nilai koefisien  $t_0$  *Tangible* ( $X_1$ ) dengan nilai  $t_0$  sebesar  $1.692 > 1.655$ , sedangkan hasil analisa data koefisien  $t_0$  *Reliability* ( $X_2$ ) dengan nilai sebesar  $13.096 > 1.655$ , kemudian hasil analisa data koefisien  $t_0$  *Responsiveness* ( $X_3$ ) dengan nilai  $t_0$  sebesar  $1.431 < 1.655$ , *Assurance* ( $X_4$ ) dengan nilai sebesar  $1.266 < 1.655$ , kemudian hasil analisa data koefisien  $t_0$  *emphaty* ( $X_5$ ) dengan nilai  $t_0$  sebesar  $3.613 < 1.655$ , hal ini menunjukkan masing-masing hasil analisa data koefisien pada

## DAFTAR PUSTAKA

- 1995. Managing service quality in higher education : The role of the student as primary consumer. *Quality Assurance in Education, Vol.3 no.3,pp. 10-21.*
- 2008. *Model Persamaan Struktural. Konsep Dan Aplikasi Dengan Amos 16.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- , ,Hussman, J. 2011. student choice in higher educations : motivations for choosing to study at an international branch campus. *Journal of studies in international education, Published online December 5. DOI : 10.1177/10283/5311429002.*
- , A.,Zeithaml, V.A dan Berry, L.L. 1985. a conceptual model of service quality and it's implications for future research. *Journal of marketing, Vol. 49, Fall, pp.41-50.*
- , et al., 2016. Peran Biaya Beralih Pada Hubungan Klasik Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Dan Loyalitas Pelanggan Di Industri Pendidikan Tinggi. (Studi Pada PTS X). *Jurnal Sains Manajemen, Vol. 2, No. 1.*
- . 2005. *Maketing Management.* Prentice Hall,Inc. New Jersey : Pearson.
- 2001. *Dimensi Dan Prinsip Kualitas Layanan.* Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- 2005. *Manajemen Jasa.* Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- 2006. *Statistika Untuk Penelitian.* Alfabeta. Bandung.
- 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Alfabeta. Bandung
- 2009. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian.* Alfabeta. Bandung.

- Wilkins, S., Balakrishnan, M.S. 2011. Assessing Student Satisfaction In Transnational Higher Education. *International Journal Of Educational Management*, Vol. 27 no. 2, 2013, pp. 143-156
- Yamada, A. (2017), "Japanese higher education reform trends in response to globalization and STEM demand", *Journal of Comparative & International Higher Education*, Vol. 9, Fall, pp. 14-22.
- Yonezawa, A. (2014), "Japan's challenge of fostering 'global human resources': policy debates and practices", *Japan Labor Review*, Vol. 11 No. 2, pp. 37-52.
- Yorke, M. 1999. Assuring quality and standards in globalised higher education. *Quality Assurance in Education*, Vol. 7, no.1, pp. 14-24.

## TENTANG PENULIS

### **Yoseph Darius Purnama Rangga, SE., MM.**



Lahir di Surabaya, pada tanggal 12 Juni 1983. Ia merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Bapak (Alm) Drs. Rofinus Dote dan Ibu Mieske Sara Josephine. Setelah menamatkan pendidikan Sarjana (S1) di Universitas Putra Bangsa Surabaya pada tahun 2005, Pria ini bertekad melanjutkan pendidikan S2-nya di Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, STIESIA Surabaya Indonesia dan Lulus di Tahun 2008. Setelah menyelesaikan pendidikan S2 nya, Penulis mengabdikan di Kota Maumere, Flores, NTT untuk menjadi Dosen Tetap Di Universitas Nusa Nipa Indonesia, Maumere, Flores, NTT. Di Tahun 2010-2012 pernah dipercaya menjadi Kepala Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi di Universitas Tersebut.

Selain menjadi Dosen, pada tahun 2008-sekarang, juga bekerja sebagai Relawan (Volunter) di Bidang Kemanusiaan TRUK-F (Tim Relawan Untuk Kemanusiaan Flores). Selain sudah memperoleh Sertifikasi Dosen (2019), pada tanggal 12 Juli 2021, Penulis juga Lulus sebagai ASESOR yang diadakan oleh Badan Akreditasi Nasional S/M Pusat untuk pelaksanaan Akreditasi sekolah/madrasah di wilayah Provinsi NTT dengan menggunakan IASP2020 yang berlaku selama 4 tahun sampai dengan 31 Desember 2025. Penulis Juga sudah banyak sekali melakukan penelitian dan publikasi, dan di Tahun 2020-2025, Menjadi Anggota Dewan Editor di salah satu Jurnal Nasional Terakreditasi Kemendikbud.