

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perguruan tinggi adalah lapisan instruktif yang memiliki teknik dan gaya belajar yang berbeda dari sekolah tingkat tambahan. Tentu saja, untuk melanjutkan pendidikan seseorang ke perguruan tinggi, terlebih dahulu harus menyelesaikan jenjang SD, SMP, dan SMA (Adit, 2022). Perguruan tinggi dapat dikelompokkan berdasarkan jenis tinjauan yang dibuat, misalnya politeknik, sekolah menengah, yayasan, institusi atau perguruan tinggi. Perguruan tinggi juga memuat ilmu-ilmu pendidikan dalam struktur yang berbeda, seperti sains, inovasi, keuangan, sosial, budaya dan lain-lain. Jenjang pendidikan di perguruan tinggi, dari sarjana hingga pascasarjana, yang telah diklasifikasikan. Perguruan tinggi dapat memberikan dampak bagi kehidupan masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 1990 tentang Perguruan Tinggi disebutkan bahwa pendidikan lanjutan merupakan pendidikan pada jenjang yang lebih tinggi dari pada pendidikan pilihan pada jalur persekolahan. Seseorang yang telah mendapat kesempatan untuk belajar setinggi-tingginya melalui pendidikan sekolah dikatakan telah lulus pendidikan tinggi. (Dardjowidjojo, 1991). Selain itu, perguruan tinggi dibagi menjadi 2 macam, yaitu perguruan tinggi negeri (PTN) dan perguruan tinggi

swasta (PTS) yang tentunya memiliki peran penting dalam memajukan tingkat pendidikan dalam bermasyarakat. (Rahmat, 2019)

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan membawahi perguruan tinggi negeri (PTN) yang dijalankan oleh pemerintah. Tentang kewajiban perguruan tinggi negeri untuk menempatkan calon mahasiswa yang melanjutkan pendidikan di wilayah terdekat. Jalur SNMPTN, SBMPTN, dan jalur mandiri menjadi tiga pilihan untuk menyambut mahasiswa baru. Selain itu, perguruan tinggi negeri (PTN) dikatakan memiliki biaya pendidikan yang lebih rendah daripada perguruan tinggi swasta (PTS). Perguruan Tinggi Negeri yang disingkat PTN dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi adalah Perguruan Tinggi yang didirikan dan/atau diselenggarakan oleh Pemerintah. Sumber (Rosa, 2023)

Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dijalankan oleh kelompok atau perseorangan yang harus mendapat izin dari menteri atau pemerintah. Sebagian besar badan penyelenggara adalah yayasan atau organisasi pendidikan yang diatur oleh undang-undang. Jalur prestasi, ujian, dan undangan untuk masuk ke perguruan tinggi swasta juga berbeda dengan jalur masuk ke perguruan tinggi negeri. Selain itu, kegiatan yang biasa dilakukan oleh perguruan tinggi swasta antara lain melakukan kerjasama dengan SMA lain dan mempromosikan perguruan tinggi tersebut agar dapat dikenal oleh masyarakat. Perguruan Tinggi Swasta adalah Perguruan Tinggi yang didirikan dan/atau diselenggarakan oleh masyarakat dengan cara mendirikan badan hukum yang bersifat nirlaba seperti yayasan, sebagaimana dimaksud dalam

Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.
(wikipedia, n.d.)

Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya berada di Surabaya, Jawa Timur. Pada awalnya, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya berfokus pada perbankan dari tahun 1967 hingga 1968. Pembukaan Program Studi Sarjana Manajemen dan Sarjana Akuntansi Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya ,yang disusul dengan SK, menandakan pergeseran universitas ke arah bidang ekonomi dan bisnis seiring dengan perkembangan zaman. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 0356/1982, tanggal 2 November 1982, dan nama PERBANAS Surabaya untuk Akademi Ilmu Perbankan. Menanggapi Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. Melalui Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0336 Tahun 1984 tanggal 9 Agustus 1984 tentang Penataan Jurusan dan Program Studi Pada Perguruan Tinggi 0510/0/1985 tanggal 12 Agustus 1985 dilakukan penyesuaian struktur dan nama menjadi Sekolah Tinggi Keuangan PERBANAS di Surabaya. Terakhir, pada tahun 2021, sesuai surat keputusan yang dikeluarkan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemdikbud) Republik Indonesia, telah diterimanya jumlah: Sekolah Tinggi Ekonomi Perbanas Perbanas Kota Surabaya menjadi Universitas Perbanas Hayam Wuruk Perbanas, tertanggal 9 April. 2021. Universitas Perbanas Hayam Wuruk saat ini memiliki dua fakultas yaitu Fakultas Teknik dan Desain dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Brand experience berasal dari pengalaman pembelian oleh konsumen terhadap merek yang dikonsumsi sehingga terdapat beberapa reaksi dan pengalaman yang berbeda - beda yang dialami oleh konsumen. Brand experience pada dasarnya muncul sebagai hasil dari pengaruh yang dilakukan oleh merek terhadap konsumen. Pengaruh ini secara khusus telah muncul ketika konsumen mengalami atau membeli merek tersebut. Brand experience tidak hanya timbul secara spontan, melainkan juga dipengaruhi oleh karakteristik atau identitas tertentu yang mencirikan merek yang sedang dianalisis. Adapun menurut Yu *et al.*, (2021) *brand experience* adalah perasaan yang diambil pelanggan dari interaksi mereka dengan barang, layanan, dan rangsangan atmosfer. Dengan demikian, pengaruh merek terhadap konsumen tidak hanya mencakup aspek pembelian atau penggunaan langsung, tetapi juga melibatkan pengenalan dan penghayatan terhadap ciri-ciri khusus yang menjadi identitas merek tersebut. pengalaman merek perlu mencapai ambang batas, tetapi hedonis individu dan pengalaman merek simbolik juga harus setara.

Maka dari itu, penerapan *brand experience* dalam hal ini merupakan variabel yang timbul karena adanya perasaan atau pengalaman yang telah dirasakan oleh mahasiswa dan alumni pada lingkungan kampus yang terhubung terhadap gaya pembelajaran pada Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya. Menurut Edvardsson, (2005) pada Waqas, (2022) yaitu pengalaman merek tergantung pada kualitas layanan. Mahasiswa dan alumni dapat menilai *brand experience* melalui cara mengajar yang telah diterapkan

dan layanan yang lain oleh tim dosen dan pihak pendukung lainnya sehingga dapat menimbulkan kesan yang berbeda – beda. Kesan tersebut dapat ditinjau dari segi positif maupun negatif. Oleh karena itu, Universitas Hayam Wuruk Perbanas berupaya untuk meningkatkan gaya pembelajaran yang efektif sehingga dapat memberi kesan yang baik terhadap mahasiswa. Namun apabila telah menimbulkan kesan yang buruk terhadap mahasiswa. Universitas Hayam Wuruk Perbanas tentunya memiliki strategi evaluasi kinerja terhadap para pengajar yang berguna untuk selalu menjamin kualitas dalam penyampaian materi agar dapat menimbulkan kesan yang baik terhadap mahasiswa.

Service quality didefinisikan sebagai perbandingan harapan yang dirasakan dari suatu layanan dengan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan (Qiu *et al.*, 2019). Dengan definisi diatas dapat diartikan bahwa kualitas layanan sangat berpengaruh pada konsumen. Hal tersebut disebabkan karena kualitas layanan dapat mempengaruhi pandangan konsumen terhadap merek yang dituju. Artinya, ketika layanan yang diberikan memiliki kualitas yang baik maka pandangan konsumen terhadap merek tersebut dapat berkesan baik. Menurut Prentice *et al.*, (2019) yaitu layanan berkualitas pada setiap pertemuan meningkatkan kepuasan pelanggan pengalaman dengan merek yang pada akhirnya mengarah pada keterikatan emosional.

Oleh karena itu, tujuan dari penerapan variabel ini untuk mengukur tingkat kualitas layanan yang telah diberikan kepada mahasiswa dan alumni yang dapat berpengaruh pada tingkat kepuasan mahasiswa dan alumni yang dapat ditinjau dari pelayanan yang diberikan yang dapat berbentuk fasilitas

kampus, gaya pembelajaran atau kegiatan yang mendukung hingga tahap jenjang karir yang dilakukan oleh pihak Universitas Hayam Wuruk Perbanas. Hal tersebut sangat penting karena dapat berpengaruh pada perspektif mahasiswa atau alumni agar selalu mempercayai kualitas layanan yang diberikan. Ketika kualitas layanan telah diberikan dengan baik, mahasiswa dapat memanfaatkan layanan yang diberikan dengan sebaik – baiknya dan tentunya dapat mempersuasif/mempengaruhi individu yang lain agar tertarik kepada layanan kampus yang diberikan.

Brand engagement yaitu proses untuk mengembangkan, memelihara dan melindungi konsumen agar terus melakukan hubungan dengan merek. Berarti dapat didefinisikan adalah kegiatan dimana menjaga konsumen agar dapat terus menjalin kerja sama dengan institusi yang terkait. Variabel ini juga berhubungan dengan adanya keterlibatan dari pelanggan. Menurut (Li *et al.*, 2020) Keterlibatan pelanggan berbeda dari keterlibatan dan partisipasi pelanggan, karena melibatkan interaktivitas dan pengalaman pelanggan dengan merek lokal.

Penerapan *brand engagement* yang baik dapat meningkatkan tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kinerja pengajar dan pihak pendukung oleh Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya. Hal tersebut juga dapat berpengaruh pada tingkat keeratan mahasiswa dan alumni terhadap pihak kampus yang berdampak penting terhadap kualitas Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya. Menurut Altschwager *et al.*, (2018) pengalaman unik dapat diselenggarakan oleh universitas, masing-masing di universitasnya yang

memiliki caranya sendiri bertujuan untuk mengembangkan keterlibatan antar siswa dan universitas. Oleh karena itu, variabel ini sangatlah penting adanya untuk diuji karena berkorelasi dengan adanya transisi dari STIE Perbanas Surabaya ke Universitas Hayam Wuruk Perbanas sehingga dapat melihat seberapa besar keterikatan mahasiswa maupun alumni dengan perubahan tersebut.

1.2 Perumusan Masalah

Dari penjelasan diatas, terdapat perumusan masalah yang dibuat yaitu :

1. Apakah *brand experience* berpengaruh signifikan terhadap *service quality* ?
2. Apakah *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *brand engagement* ?
3. Apakah *brand experience* berpengaruh signifikan terhadap *brand engagement* ?
4. Apakah *service quality* dapat memediasi hubungan antara *brand experience* dan *brand engagement* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah diatas, terdapat tujuan penelitian yang diambil yaitu :

1. Untuk menguji signifikansi *brand experience* terhadap *service quality* Universitas Hayam Wuruk Perbanas.
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh *service quality* terhadap *brand engagement* Universitas Hayam Wuruk Perbanas.
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh *brand experience* terhadap *brand engagement* Universitas Hayam Wuruk Perbanas.

4. Untuk menguji signifikansi pengaruh *service quality* sebagai pemediasi antara *brand experience* dan *brand engagement* Universitas Hayam Wuruk Perbanas.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari segi teoritis dan praktis, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Sebagai tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan mengenai manfaat pengaruh variabel serta memperoleh penjelasan dengan fakta.

2. Manfaat Praktis

- a. Sebagai bahan referensi dalam penyajian untuk penelitian berikutnya.
- b. Sebagai sarana pihak eksternal dalam rangka penilaian kualitas yang ada.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Terdapat beberapa sistematika penulisan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

BAB I memaparkan pendahuluan dari metodeologi penelitian yang berisikan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan yang terakhir ada sistematika penulisan metodeologi penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada BAB II membahas mengenai landasan teori yang digunakan oleh peneliti. Pada bab ini berisikan tentang penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh peneliti lain, landasan teori yang digunakan oleh peneliti, kerangka pemikiran, dan hipotesis dari peneliti

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada BAB III membahas mengenai metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Bab ini berisikan rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variable, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab IV memberikan penjelasan terkait gambaran subyek penelitian serta analisis dalam penelitian ini berisi tentang subyej penelitian, analisis, dan pengolahan data berdasarkan inner dan outer model, analisi deskriptif serta pengujian hipotesis yang kemudian dilakukan pembahasan hasil secara keseluruhan.

BAB V PENUTUP

Bab V memberikan penutup dalam penelitian ini yang menjelaskan terkait kesimpulan, keterbatasan penelitian, serta saran berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan.