

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era digital saat ini, pendidikan tinggi berkembang pesat, menuntut peningkatan aksesibilitas dan transformasi pendidikan sebagai agen perubahan (Haddade, 2023). Pendidikan adalah sektor penting untuk kemajuan suatu bangsa (World Bank, 2023). Namun, pemerintah tidak bisa sepenuhnya memenuhi kebutuhan institusi pendidikan yang sesuai dengan jumlah penduduk. Oleh karena itu, keterlibatan pihak swasta menjadi penting dalam penyelenggaraan pendidikan (Smith, 2022). Peran swasta ini dapat diterapkan di berbagai tingkat pendidikan, mulai dari Pendidikan Anak Usia Dini hingga pendidikan tinggi (Aneja & Lalvani, 2021). Di Indonesia, perguruan tinggi swasta memegang peran dominan, dengan jumlah sekitar 2.892 institusi dari total 3.107, sedangkan sisanya adalah perguruan tinggi negeri (Badan Pusat Statistik, 2022). Dengan demikian, upaya memenuhi kebutuhan pendidikan yang semakin meningkat, peran pihak swasta sangat penting, terutama di tingkat pendidikan tinggi.

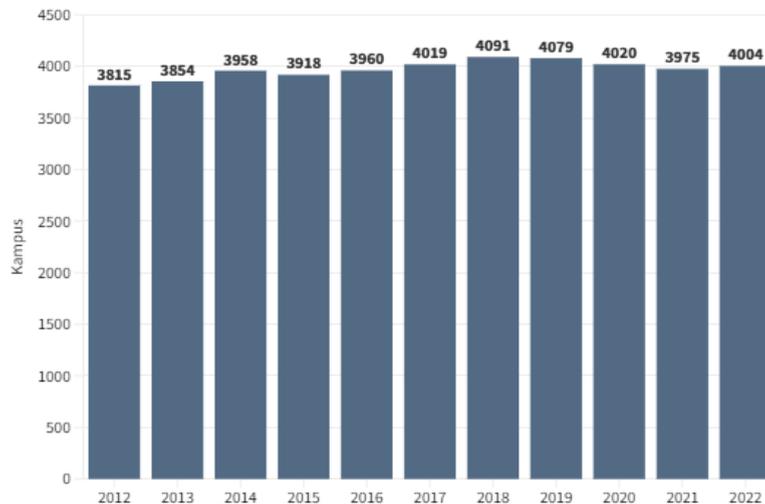
Peran universitas swasta dalam menghadapi persaingan ketat, dibutuhkan inovasi untuk memperluas pangsa pasar serta menarik mahasiswa baru (Shah et al., 2013). Untuk berkembang dalam lingkungan yang kompetitif ini, universitas didorong untuk menawarkan berbagai program, termasuk kelas online dan hybrid, selain program tradisional (Aljaraideh, 2019). Menanggapi kebutuhan mahasiswa yang terus berkembang dalam menyeimbangkan pekerjaan dan pendidikan, terdapat peningkatan permintaan akan kelas fleksibel yang dapat diakses baik

online maupun offline di luar jam kerja tradisional (Michael, 2012). Artinya, Universitas swasta perlu menyesuaikan diri dalam lingkungan yang kompetitif.

Program kelas karyawan adalah salah satu inovasi yang hadir di Perguruan Tinggi Swasta (PTS) untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa yang bekerja namun ingin menempuh pendidikan tinggi dan program ini juga di dukung oleh pemerintahan UU RI nomor 20 tentang sistem pendidikan nasional. Kelas karyawan ini diminati oleh banyak orang karena memberikan fleksibilitas waktu, sehingga mahasiswa dapat tetap bekerja sambil melanjutkan studi mereka (Moreau & Leathwood, 2006). Fleksibilitas waktu ini dibagi menjadi tiga kategori, yaitu *weekdays*, *full online* (asinkron), dan *weekend only* (Sheail, 2018). Program *weekdays* dilaksanakan pada malam hari di antara Senin-Jumat, setelah jam kerja. Program *full online* dilakukan sepenuhnya secara daring melalui website yang disediakan oleh universitas, memungkinkan mahasiswa untuk belajar kapan saja tanpa terikat waktu. Program perkuliahan *weekend only* dilaksanakan hanya pada hari Sabtu atau Minggu, memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk fokus pada studi di akhir pekan. Ini berarti, program kelas karyawan di PTS dapat menjadi solusi efektif bagi pekerja yang ingin meningkatkan kualifikasi dan pengetahuan mereka tanpa mengorbankan pekerjaan.

Dilansir dari data BPS tahun 2023, saat ini jumlah perguruan tinggi dalam 10 tahun terakhir dari 2012-2022 mengalami kenaikan (BPS). Di bawah ini ada grafik perkembangan Perguruan Tinggi sampai tahun 2022.

Jumlah Perguruan Tinggi di Indonesia (2012-2022)



Gambar 1. 1 Data Perguruan Tinggi di Indonesia

Sumber: Olahan data dari BPS (2023)

Dari gambar di atas, terlihat bahwa jumlah perguruan tinggi di Indonesia mengalami kenaikan sekitar 189 institusi selama sepuluh tahun hingga tahun 2022. Setelah mencapai puncaknya pada tahun 2018 dengan total 4,091 perguruan tinggi, jumlah ini sedikit menurun pada tahun-tahun berikutnya, tetapi tetap berada di atas 4,000 hingga tahun 2022. Pada tahun 2022, jumlah perguruan tinggi kembali meningkat sedikit menjadi 4,004. Secara keseluruhan, jumlah perguruan tinggi di Indonesia cenderung meningkat selama periode 2012-2022, meskipun ada beberapa fluktuasi kecil. Pertumbuhan ini mengindikasikan tren positif dalam perkembangan institusi pendidikan tinggi di Indonesia, dengan penurunan yang mungkin disebabkan oleh berbagai faktor seperti kebijakan pendidikan, akreditasi, covid 19 atau faktor eksternal lainnya.

Selain tren nasional, analisis yang lebih mendalam juga dapat dilihat dari data per wilayah. Dibawah ini ada data yang menampilkan jumlah perguruan tinggi swasta dan jumlah mahasiswa swasta di beberapa kabupaten/kota di Jakarta dari tahun 2018 hingga 2022, memberikan wawasan lebih rinci tentang perkembangan pendidikan tinggi di wilayah ibu kota.

Tabel 1. 1 Data Jumlah PTS dan Mahasiswa Swasta di Jakarta

| Kab/Kota | Jumlah Perguruan Tinggi (Swasta) | | | | | Jumlah Mahasiswa (Swasta) | | | | |
|---------------|-------------------------------------|------------|------------|------------|------------|---------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| | 2022 | 2021 | 2020 | 2019 | 2018 | 2022 | 2021 | 2020 | 2019 | 2018 |
| | Jakarta Selatan | 85 | 87 | 94 | 95 | 105 | 232635 | 222418 | 232208 | 231538 |
| Jakarta Timur | 82 | 83 | 86 | 87 | 103 | 100948 | 105857 | 110776 | 110811 | 128936 |
| Jakarta Pusat | 59 | 59 | 55 | 60 | 56 | 90400 | 93669 | 100992 | 67980 | 67846 |
| Jakarta Barat | 30 | 30 | 33 | 33 | 34 | 154774 | 157599 | 155370 | 202622 | 150049 |
| Jakarta Utara | 16 | 16 | 16 | 16 | 17 | 18358 | 17667 | 17718 | 17442 | 17260 |
| Total | 272 | 275 | 284 | 291 | 315 | 597115 | 597210 | 617064 | 630393 | 615236 |

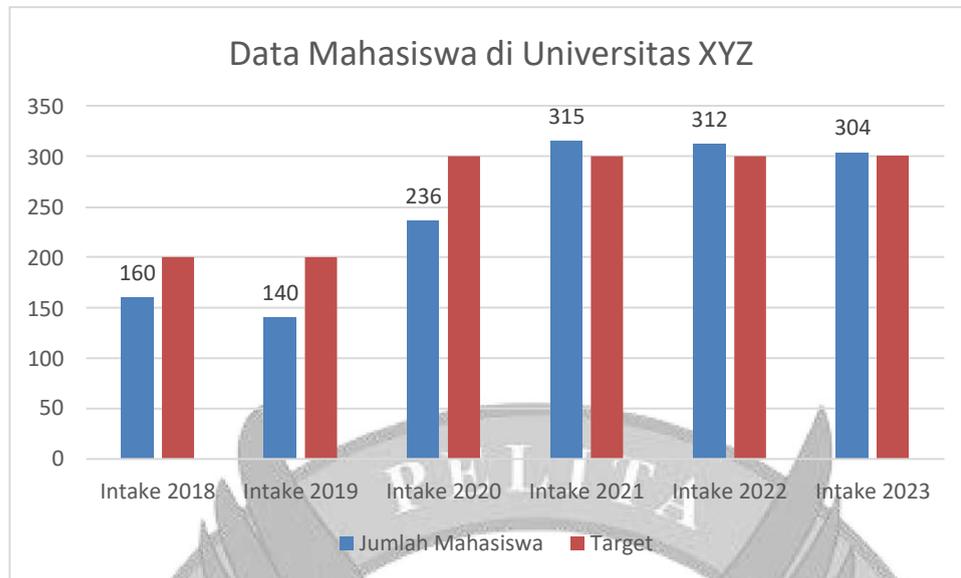
Sumber: Olahan data dari BPS Provinsi (2022)

Tabel 1.1 menampilkan data dari 2018 hingga 2022, jumlah perguruan tinggi swasta di Jakarta mengalami penurunan, terutama di Jakarta Selatan (dari 105 menjadi 85) dan Jakarta Timur (dari 103 menjadi 82), sementara Jakarta Pusat dan Jakarta Barat relatif stabil. Jumlah mahasiswa swasta, meski jumlah perguruan tinggi menurun, tetap stabil, menunjukkan minat yang konsisten terhadap pendidikan tinggi swasta. Misalnya, jumlah mahasiswa di Jakarta Selatan menurun

dari 251,145 menjadi 232,635, di Jakarta Timur turun dari 128,936 menjadi 100,948, namun di Jakarta Barat meningkat dari 150,049 menjadi 154,774. Secara total, jumlah mahasiswa hanya sedikit menurun dari 615,236 pada tahun 2018 menjadi 597,115 pada tahun 2022, menunjukkan efisiensi atau peningkatan kapasitas di perguruan tinggi yang ada. Mengacu pada data ini, peneliti berniat fokus meneliti salah satu perguruan tinggi swasta di Jakarta Selatan karena penurunan signifikan dari 105 menjadi 85, untuk memahami bagaimana institusi tersebut beradaptasi dan mempertahankan jumlah mahasiswa.

Universitas Swasta XYZ, yang terletak di pusat Kota Jakarta Selatan, yang mana sangat strategis karena dikelilingi oleh banyak perusahaan dan kantor, sehingga menarik perhatian para profesional untuk melanjutkan pendidikan di sana. Universitas XYZ menerapkan sistem perkuliahan *hybrid* yang menggabungkan metode pembelajaran online dan offline, menjadikannya salah satu keunggulan utama dibandingkan perguruan tinggi swasta lainnya. Meskipun demikian, Universitas XYZ menghadapi fluktuasi jumlah mahasiswa dari waktu ke waktu, menunjukkan adanya masalah dengan jumlah angka pendaftar.

Dalam penelitian ini fenomena pertama adalah terjadi ketidakstabilan dalam pelaporan data mahasiswa baru setiap tahun di Universitas Swasta XYZ. Gambar sebuah grafik di bawah ini menunjukkan data mahasiswa yang telah masuk universitas XYZ dalam 6 tahun terakhir.



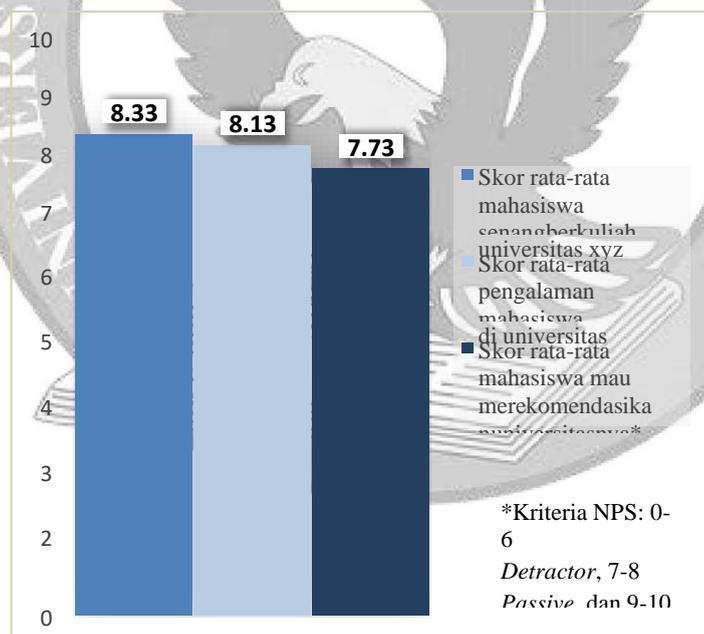
Gambar 1. 2 Diagram Data Mahasiswa Kelas Karyawan Universitas XYZ dari 2018-2023

Sumber: Olahan data sendiri (2024)

Berdasarkan grafik di atas, data penerimaan mahasiswa di Universitas XYZ dari tahun 2018 hingga 2023 menunjukkan tren yang menarik. Pada tahun 2018, jumlah mahasiswa baru hanya mencapai 160, jauh di bawah target yang diinginkan. Tren penurunan berlanjut pada tahun 2019 dengan hanya 140 mahasiswa yang mendaftar. Namun, pada tahun 2020, terjadi peningkatan yang signifikan dengan jumlah mahasiswa naik tajam menjadi 236, mendekati target. Puncak penerimaan terjadi pada tahun 2021 dengan 315 mahasiswa, melebihi target yang ditetapkan dan menunjukkan performa universitas yang sangat baik. Meski ada sedikit penurunan pada tahun 2022 dan 2023 menjadi masing-masing 312 dan 304 mahasiswa, universitas berhasil mencapai atau bahkan melampaui target yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, penting bagi Universitas XYZ untuk terus berinovasi dalam strategi perekrutan mahasiswa dan menjaga reputasi akademis yang telah

dicapai.

Selanjutnya, fenomena kedua dilakukan survei pendahuluan dengan responden mahasiswa di Universitas XYZ. Survei ini melibatkan 30 responden dari universitas di Jakarta Selatan yang mengalami penurunan jumlah mahasiswa. Responden dipilih berdasarkan kriteria mahasiswa angkatan 2022 dan 2024, dengan rentang usia 17 hingga 24 tahun. Selain pertanyaan profil, survei ini mencakup tiga pertanyaan utama mengenai tingkat kepuasan mahasiswa selama berkuliah, pengalaman berkuliah, dan niat untuk merekomendasikan universitas kepada orang lain. Pertanyaan terkait rekomendasi diadopsi dari metode Kuesioner Net Promoter Score (NPS) yang diperkenalkan oleh F. F. Reichheld pada tahun 2003. Responden diminta untuk memberikan jawaban dalam skala 1 hingga 10. Hasil analisis survei pendahuluan ditampilkan dalam diagram dibawah ini.



Gambar 1. 3 Diagram hasil survei pendahuluan

Sumber: Olahan data sendiri (2024)

Pada Gambar 1.3, diagram batang menunjukkan gabungan dari tiga nilai rata-rata untuk memperlihatkan perbandingan dengan skala 1-10. Nilai rata-rata mahasiswa senang berkuliah di universitas sebesar 8,33 dapat dikatakan dengan hasil yang memadai. Selain itu, hasil dari studi pendahuluan menunjukkan bahwa pengalaman mahasiswa selama berkuliah juga positif, dengan nilai rata-rata 8,13. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki pengalaman yang menyenangkan selama berkuliah. Namun, survei pendahuluan mengungkapkan bahwa niat mahasiswa untuk merekomendasikan universitas masih rendah, dengan nilai 7,73. Dalam metode *Net Promoter Score* (NPS), rentang nilai 7-8 dikategorikan sebagai *passive* dan memerlukan perhatian (Reichheld, 2003). Dengan demikian, diperlukan kajian lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang dapat mendorong mahasiswa untuk berbagi cerita positif tentang universitas sebagai niat untuk merekomendasikan tempat mereka berkuliah. Data hasil survei pendahuluan, terutama pada pertanyaan mengenai niat merekomendasikan universitas, juga dapat dianalisis menggunakan kriteria *Net Promoter Score* (NPS). NPS (Reichheld, 2003) menggunakan rentang nilai dari 0-10, di mana nilai 0-6 dikategorikan sebagai *detractor*, nilai 7-8 sebagai *passive*, dan nilai 9-10 sebagai *promoter*. Perhitungan NPS dilakukan dengan mengambil persentase *detractor* dan mengurangnya dari persentase *promoter*. Untuk menghitung NPS, hanya *promoter* dan *detractor* yang digunakan (Cazzaro & Chiodini, 2023). Hasil menunjukkan bahwa terdapat 14

responden yang memberi nilai pada skala *promoter*, 12 orang *passive*, dan 4 orang *detractor*. Data tersebut diolah dengan perhitungan NPS yang terlihat dalam Tabel 1.2 berikut:

Tabel 1. 2 Nilai Net Promoter Score survei pendahuluan

| Kategori | Jumlah Responden (n) | Persentase (%) |
|-------------------------------------|----------------------|----------------|
| <i>Promoters</i> | 14 | 47 |
| <i>Passives</i> | 12 | 40 |
| <i>Detractors</i> | 4 | 13 |
| Total | 30 | 100 |
| Formula perhitungan | | |
| $NPS = (\%Promoters - \%Detractor)$ | | |
| $NPS = (47\% - 13\%)$ | | |
| $NPS = 34\%$ | | |

Sumber: Olahan Data sendiri (2024)

Perhitungan NPS dilakukan setelah mendapatkan skala nilai tiap kategori, kemudian dihitung jumlah *promoters* dikurangi *detractors*. Pada Tabel 1.3, hasil dalam persentase menunjukkan 47 persen *promoters*, 40 persen *passives*, dan 13 persen *detractors*. Seperti yang dijelaskan oleh (Cazzaro & Chiodini, 2023), hanya dua kategori yang digunakan dalam perhitungan, yaitu persentase *promoters* dan *detractors*. Hasil akhirnya adalah 34 persen. Nilai 34 persen ini masih di bawah standar 50 persen, di mana nilai mendekati 100 persen dianggap sangat baik, sedangkan nilai antara 0 sampai 49 persen dianggap belum optimal (Reichheld,

2011). Dari hasil ini dapat dikonfirmasi bahwa ada masalah pada niat mahasiswa untuk merekomendasikan universitas mereka.

Dari dua fenomena di atas, diketahui bahwa terjadi masalah pada jumlah mahasiswa dan rendahnya niat merekomendasikan Universitas XYZ. Solusinya, dibutuhkan pemasaran autentik dari konsumen, dalam hal ini mahasiswa. Positive Word of Mouth (WOM) dari mahasiswa menjadi bagian penting dalam membantu pemasaran universitas. Rekomendasi langsung dari teman, keluarga, atau alumni yang memiliki pengalaman positif dapat meningkatkan kepercayaan calon mahasiswa terhadap universitas. Ada tiga kunci utama dari WOM yang dapat diunggulkan: Kepercayaan, Relevansi, dan Dampak (Cheung & Thadani, 2012; Ismagilova et al., 2020; King, Racherla, & Bush, 2014). Selain WOM, Positive Electronic Word of Mouth (E-WOM) juga sangat penting dalam pemasaran universitas. E-WOM dapat menjangkau audiens yang lebih besar dengan kecepatan tinggi melalui platform digital seperti media sosial, forum, dan situs ulasan. Ada tiga kunci utama dari E-WOM yang dapat diunggulkan: Luas, Kecepatan, dan Kredibilitas (Hennig-Thurau et al., 2004; Dellarocas, 2003; Park & Lee, 2009). Dengan demikian, kombinasi antara WOM dan E-WOM dapat memberikan dorongan untuk meningkatkan angka penerimaan mahasiswa di Universitas XYZ.

Student engagement dan *fear of missing out* memainkan peran penting dalam memperkuat dan meningkatkan PWOM dan P E-WOM. *Student engagement* adalah tingkat partisipasi dan keterlibatan aktif mahasiswa dalam kegiatan akademik dan non-akademik di universitas. Mahasiswa yang terlibat cenderung memiliki interaksi sosial yang lebih berkualitas dan lebih sering berpartisipasi

dalam diskusi dan kegiatan kampus, yang meningkatkan peluang mereka untuk berbagi pengalaman positif (Trowler, 2010; Kuh, 2009). FOMO adalah perasaan antusiasme yang dialami seseorang ketika ingin terus terlibat dalam pengalaman atau informasi yang sedang berlangsung di sekitarnya. Ketimbang menjadi hal yang ditakutkan, FOMO dapat diterima atau “*embrace*” sebagai dorongan positif bagi mahasiswa untuk lebih aktif dalam berbagi informasi dan update melalui media sosial, sehingga mereka tetap terhubung dengan lingkungannya dan tidak ketinggalan (Przybylski et al., 2013). Kombinasi dari keterlibatan yang tinggi dan FOMO ini dapat menciptakan lingkungan yang kondusif untuk penyebaran informasi yang lebih luas dan lebih cepat.

Selanjutnya, *Student Experience* menjadi variabel independen atau faktor yang juga mendorong *student engagement* di Universitas XYZ. *Student Experience* didefinisikan sebagai seluruh rangkaian pengalaman yang dialami oleh mahasiswa selama mereka menempuh pendidikan di perguruan tinggi, yang mencakup aspek akademik, sosial, dan ko-kurikuler (Kuh, 2009). Dalam penelitian ini, *Student Experience* akan diteliti dengan tiga dimensi menurut Khushnoor et al. (2018), yaitu *support*, *facilities*, dan *learning*. Dengan demikian, Universitas XYZ dapat merancang strategi yang lebih baik untuk meningkatkan *Student Experience*, yang pada gilirannya akan meningkatkan *student engagement*.

Penelitian empiris sebelumnya yang mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi positive word of mouth (P WOM) dan positive electronic word of mouth (P E-WOM) dalam konteks pendidikan saat ini masih terbatas. Penelitian empiris tentang P E-WOM telah dilakukan lintas industri, seperti pada penjualan produk (Ahmad et al., 2022) serta sektor pariwisata dan travel (Abbasi et al.,

2023; Arif, 2019). Penelitian tentang P WOM juga telah dilakukan di berbagai industri seperti kuliner (Pohan, 2022) dan sektor perbankan (Fida et al., 2023). Namun, fokus penelitian dalam ruang lingkup pendidikan, terutama mengenai P E-WOM, hanya mencakup kepuasan mahasiswa dan pilihan mahasiswa (Avogo et al., 2022; S. Chen, 2024), serta variabel P WOM yang diprediksi oleh consumer brand engagement dan faktor pilihan (Algharabat et al., 2018; Le et al., 2019).

Dari penelitian terdahulu di atas dapat diidentifikasi keterbatasan penelitian P WOM dan P E-WOM yaitu belum banyak dilakukan dengan teori *customer engagement* (Brodie et al., 2011) dan teori *social influence* (Kelman, 1958), terutama dengan menggunakan pendekatan *emosional engagement* dan pengaruh sosial yang berpusat pada mahasiswa. *Student engagement* memerlukan pengalaman dari mahasiswa, karena proses *student engagement* tidak bisa terjadi dengan cepat tapi membutuhkan waktu. Selanjutnya *Student Experience* akan menjadi prediktor langsung dari proses *engagement* tersebut. *Student Experience* dalam penelitian ini membahas *service experience* di sekolah seperti pengalaman dalam perkuliahan (Hermawan et al., 2018).

Mengisi gap ini penting karena *student engagement* memerlukan pengalaman dari mahasiswa dan prosesnya tidak bisa terjadi secara instan, melainkan membutuhkan waktu dan interaksi yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji bagaimana pengaruh *student experience* dan *fear of missing out (FOMO)* pada mahasiswa universitas terhadap WOM dan E-WOM, dengan mediasi *student engagement*. Fokus pada variabel-variabel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi WOM dan E-WOM dalam konteks pendidikan, serta bagaimana keterlibatan emosional dan sosial mahasiswa mempengaruhi proses

tersebut.

Kontribusi penelitian ini dengan cara menguji dan menganalisis keseluruhan model dimana *Student Experience* dengan multidimensi melalui metode statistik baru dengan analisis PLS-SEM metode baru yang menggantikan *repeated indicator* yaitu melalui dua tahap analisis, di mana pada di tahap ke dua *Student Experience* akan menjadi *high order construct* dan dimensi – dimensinya akan menjadi *low order construct* sebagai indikatornya (Hair dkk., 2019; Sarstedt dkk., 2019). Model ini akan diuji secara empiris menggunakan data dari mahasiswa dari universitas swasta XYZ. Temuan penelitian akan memberikan saran untuk bagaimanajemen universitas swasta XYZ.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan variabel-variabel yang telah dijelaskan sebelumnya, beberapa pertanyaan penelitian Mahasiswa Kelas Karyawan Universitas XYZ dapat dirumuskan untuk menjawab fenomena yang diangkat dalam latar belakang penelitian ini. Pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Student Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Student Engagement*?
2. Apakah *Student Engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Positive WOM*?
3. Apakah *Student Engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap *Positive E-WOM*?
4. Apakah *Fear of Missing Out* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Positive WOM*?

5. Apakah *Fear of Missing Out* berpengaruh positif dan signifikan *Positive E-WOM*?
6. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Student Experience* terhadap *Positive WOM* yang dimediasi oleh *Student Engagement*?
7. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Student Experience* terhadap *Positive E-WOM* yang dimediasi oleh *Student Engagement*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan di atas, tujuan dari penelitian diuraikan sebagai berikut

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Student Experience* terhadap *Student Engagement*.
2. Untuk menguji dan menganalisis positif *Student Engagement* terhadap *Positive WOM*.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Student Engagement* terhadap *Positive E-WOM*.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Fear of Missing Out* terhadap *Positive WOM*.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Fear of Missing Out* terhadap *Positive E-WOM*.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Student Experience* terhadap *Positive WOM* dengan *Student Engagement* sebagai mediasi.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh positif *Student Experience* terhadap *Positive E-WOM* dengan *Student Engagement* sebagai mediasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara akademis,

namun juga dapat memberikan dampak positif bagi mahasiswa, terutama dalam bidang manajemen dan pendidikan di tingkat universitas

Manfaat dari penelitian ini bagi pihak universitas (manajemen dan pengelola) sangat penting. Penelitian ini memberikan wawasan mendalam mengenai hubungan antara student experience, fear of missing out (FOMO), dan positive word of mouth (P WOM) serta positive electronic word of mouth (P E-WOM) dengan student engagement sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan bagi manajemen universitas untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam meningkatkan keterlibatan mahasiswa, mencakup pengembangan program dan kebijakan yang meningkatkan kualitas student experience dan engagement. Selain itu, dengan memahami faktor-faktor yang mendorong P WOM dan P E-WOM, universitas dapat merancang strategi pemasaran yang lebih baik untuk meningkatkan citra dan reputasi melalui testimoni positif mahasiswa. Manajemen universitas juga dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk mengidentifikasi prioritas dalam meningkatkan student experience, engagement, dan mengurangi FOMO, yang secara keseluruhan akan berdampak positif pada kepuasan mahasiswa.

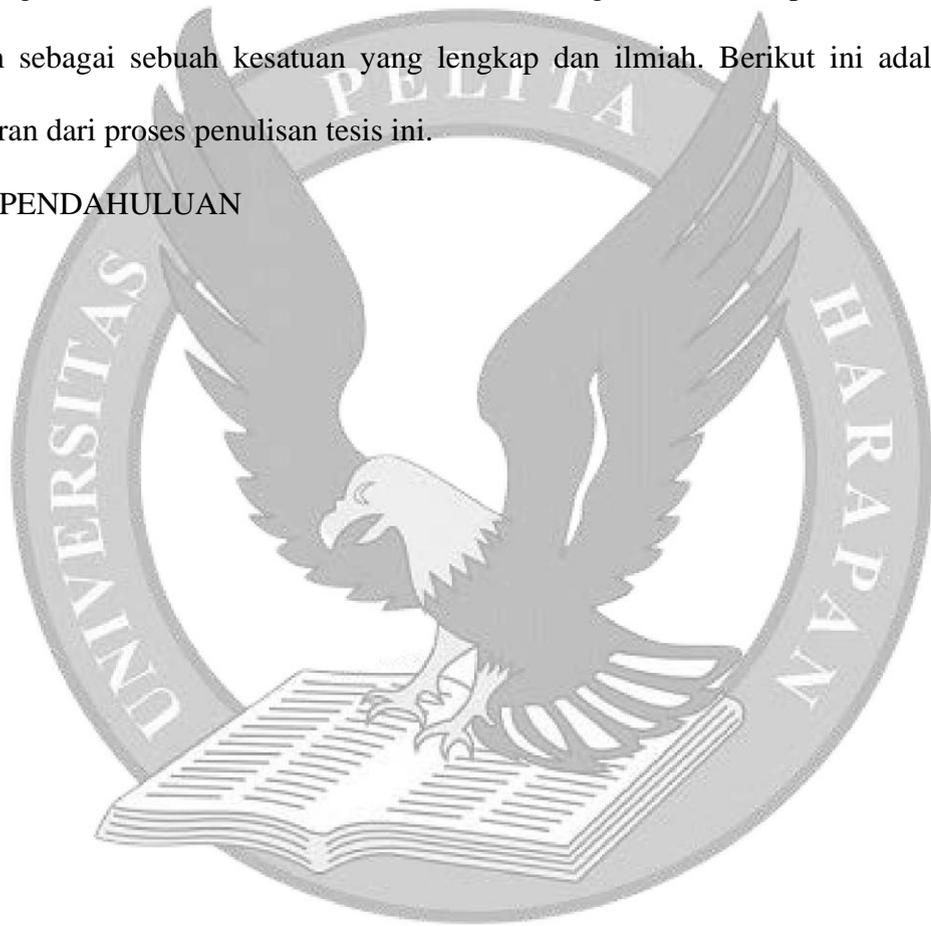
Bagi mahasiswa, penelitian ini juga memberikan manfaat yang berarti. Dengan implementasi strategi yang tepat berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa dapat merasakan peningkatan kualitas pengalaman akademis dan non-akademis di universitas. Mahasiswa akan lebih terlibat dan puas dengan lingkungan universitas yang responsif terhadap kebutuhan dan harapan mereka, yang pada gilirannya akan meningkatkan engagement dan motivasi belajar. Pengalaman yang lebih baik dan engagement yang tinggi juga dapat berdampak positif pada perkembangan karir dan pribadi mahasiswa, memberikan mereka keterampilan

dan pengetahuan yang lebih baik untuk masa depan. Secara keseluruhan, penelitian ini berkontribusi pada peningkatan pengalaman dan keterlibatan mahasiswa selama masa studi di universitas.

1.5 Sistematika Penelitian

Penelitian disusun secara sistematis dan terdiri dari lima bab yang masing-masing memiliki penjelasan yang sesuai dengan judul bab. Kelima bab tersebut berhubungan satu sama lain dan memiliki alur. Dengan demikian, penelitian ini tersusun sebagai sebuah kesatuan yang lengkap dan ilmiah. Berikut ini adalah penjabaran dari proses penulisan tesis ini.

BAB I: PENDAHULUAN



Bab ini menyajikan latar belakang penelitian serta menjelaskan fenomena, masalah, dan variabel yang akan dianalisis. Selain itu, bagian ini juga menguraikan pertanyaan penelitian, tujuan, manfaat, serta proses penulisan penelitian.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori dasar yang mendasari penelitian, penjelasan variabel, dan penelitian sebelumnya tentang subjek penelitian. bagian ini akan menjelaskan lebih lanjut tentang pembuatan hipotesis dan penjelasan model penelitian (rangkaiian konsep).

BAB III: METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan tentang subjek dan jenis penelitian serta penggunaan variabel-variabel penelitian. Selain itu, bagian ini juga mencakup cara menghitung populasi dan sampel, prosedur pengambilan sampel, pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV: RESULTS AND DISCUSSION

Bagian ini membahas analisis pengolahan data penelitian, termasuk profil dan perilaku responden, analisis deskriptif variabel penelitian, serta analisis inferensial menggunakan PLS-SEM, beserta pembahasannya.

BAB V: KESIMPULAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian, konsekuensi manajemen, dan rekomendasi untuk penelitian tambahan.