ABSTRAK

Isana Sri Christina Meranga (0161718003)

ANTESEDEN DARI STUDENT EXPERIENCE SERTA STUDENT ENGAGEMENT DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERCEIVED ACADEMIC PERFORMANCE SERTA POSITIVE E-WOM INTENTION (STUDI EMPIRIS PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI SWASTA DI LLDIKTI WILAYAH III)

(xiv+ 236 halaman, 18 gambar, 34 tabel, 1 lampiran)

Pendidikan Tinggi diyakini mempunyai potensi besar dan peran penting untuk mendukung pembangunan glonacal (global, nasional, lokal). Saat ini terjadi persaingan yang kompetitif antara Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan Perguruan Tinggi Swasta (PTS, terlebih antara PTS itu sendiri dalam menarik calon mahasiswa. Pemasara melalui media sosial telah menjadi pendekatan penting sebagai strategi pemasaran di PTS melalui kesediaan mahasiswa untuk terlibat dalam merekomendasikan atau berbagi hal-hal positif tentang PTS di platform digital. Penelitian ini membangun kerangka konseptual konstruk berkaitan dengan dampak pada niat mahasiswa dalam merekomendasi atau hal-hal yang positif PTSnya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel *e-learning*, *social support*, *self-efficacy* terhadap *student experience*, berikut pengaruhnya terhadap *online* dan *offline student engagement*, serta dampaknya pada *perceived academic performance* dan *positive E-WOM intention*. Rerangka konseptual pada penelitian ini diuji secara empiris pada mahasiswa PTS di Provinsi DKI Jakarta yang termasuk dalam Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah III. Metode penelitian adalah kuantitatif dengan survei, dimana sampel diambil dengan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan kuesioner yang disebarakan secara *online* dengan menggunakan skala likert 1-5. Jumlah data yang diolah berjumlah 776 responden. Data dianalisis dengan menggunakan metode PLS-SEM, dimana terdapat 10 hipotesis yang akan diuji. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa delapan hipotesis diterima, namun hipotesis *social support* terhadap *student experience* serta *offline student engagement* terhadap *positif E-WOM intention* tidak di dukung. Penelitian ini berkontribusi pada ilmu pemasaran di Perguruan Tinggi dengan menekankan peran utama mahasiswa sebagai pembuat konten untuk mendukung niat positif *E-WOM* dalam menarik calon mahasiswa.

Kata kunci: *e-learning*, *social support*, *self-efficacy*, *student experience*, *online student engagement*, *offline student engagement*, *perceived academic performance*, *positive E-WOM intention*, *Perguruan Tinggi Swasta*.

Referensi: 129 (1980-2022)