

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan zaman saat ini, pendidikan adalah kebutuhan yang sangat penting (Redaksi, 2015) Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menuntut masyarakat untuk harus mengikuti dan menyesuaikan dengan situasi yang ada. Menurut Undang-undang nomor 22 tahun 1961, Perguruan tinggi adalah jenjang menimba ilmu setelah SMA. Perguruan tinggi adalah lembaga ilmiah yang mempunyai tugas menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran di atas perguruan tingkat menengah, dan yang memberikan pendidikan dan pengajaran berdasarkan kebudayaan kebangsaan Indonesia dan dengan cara ilmiah.

Perguruan tinggi saat ini semakin diminati oleh siswa Sekolah Menengah Atas (SMA)/ Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) sederajat yang telah lulus, dikarenakan sekarang mencari pekerjaan sangat sulit bila hanya dengan pendidikan lulusan SMA/SMK sederajat. Perguruan tinggi negeri selalu menjadi primadona tujuan melanjutkan pendidikan, akan tetapi, perguruan tinggi negeri memiliki jalur yang sulit dan memiliki berbagai ujian yang tidak mudah untuk dilalui. Oleh karena itu perguruan tinggi swasta adalah pilihan alternatif masyarakat dalam melanjutkan pendidikannya.

**Tabel 1.1 Beberapa Perguruan Tinggi Swasta Masuk 50 Besar Perguruan Tinggi Terbaik**

No	Nama Perguruan Tinggi	Peringkat
1.	Universitas katolik Indonesia Atma Jaya	30
2.	Universitas Telkom	33
3.	Universitas Katolik Parahyangan	35
4.	Universitas Katolik Soegjiapranata	39
5.	Universitas Kristen Petra	41

Sumber: <https://ristekdikti.go.id>

Dari Tabel 1.1 menyatakan bahwa ada perguruan tinggi swasta yang menjadi peringkat ke 30. Sedangkan terdapat perguruan tinggi negeri di bawah peringkat 30 tersebut. Dapat disimpulkan bahwa perguruan tinggi swasta tidak kalah bersaing dengan perguruan tinggi negeri. Perkembangan perguruan tinggi swasta semakin pesat dengan di dukung keadaan masyarakat yang membutuhkan pendidikan lebih lanjut.

Kebutuhan masyarakat saat ini akan pendidikan, menjadi peluang bagi perguruan tinggi untuk menarik masyarakat dalam melanjutkan pendidikannya ke jenjang perguruan tinggi. Perguruan tinggi baik negeri maupun swasta bersaing untuk menjadi perguruan tinggi unggulan di Indonesia maupun di daerahnya. Memilih perguruan tinggi pasti dengan pertimbangan. Berbagai pertimbangan dilakukan oleh konsumen dalam memilih perguruan tinggi. Beberapa teman peneliti mengatakan faktor orang tua, biaya keseharian, biaya perguruan tinggi, dekat dengan rumah adalah faktor penimbang konsumen memilih dan memutuskan berkuliah di daerahnya.

Jombang adalah kabupaten yang mempunyai beberapa perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta. Salah satu nama perguruan tinggi di Jombang adalah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) PGRI Dewantara Jombang.

**Tabel 1.2 Daftar Perguruan Tinggi di Jombang**

No	Nama Universitas/ Perguruan Tinggi
1.	Universitas Darul Ulum
2.	STKIP PGRI Jombang
3.	Universitas Pesatren Tinggi Darul Ulum
4.	STIKES PEMKAB Jombang
5.	Universitas Hasyim Ashari (UNHASY)
6.	STIKES Husada Jombang
7.	STIE PGRI Dewantara Jombang
8.	Universitas KH. A. Wahab Hasbullah
9.	STIKES ICME YSIC Jombang
10.	STAI Bahrul Ulum
11.	STMIK Bahrul Ulum

Sumber: <https://www.googlemaps.com>

STIE PGRI Dewantara Jombang merupakan lembaga pendidikan yang berada dalam naungan PPLP-PT PGRI Jombang dan berdiri tanggal 26 Juli 1995 berdasarkan Surat Keputusan Mendiknas RI Nomor 055/D/O/1995 (Jombang, 2019). STIE PGRI Dewantara Jombang memiliki dua program studi yaitu S1- Manajemen dan S1-Akuntansi. Pada tahun 2017 lalu, STIE PGRI Dewantara Jombang mendapat akreditasi B untuk kedua program studi, yaitu Manajemen dan Akuntansi.

**Tabel 1.3 Data Pelaporan STIE PGRI Dewantara Jombang**

Data Pelaporan tahun 2017/2018			Data Pelaporan tahun 2018/2019		
Jml. Dosen Tetap	Jml. Mahasiswa	Rasio Dosen Tetap/ Jumlah Mahasiswa	Jml. Dosen Tetap	Jml. Mahasiswa	Rasio Dosen Tetap/ Jumlah Mahasiswa
32	1.482	1:46.3	32	1.694	1:52.9

Sumber: <https://forlap.ristekdiki.go.id>

Dari Tabel 1.3, bahwa setiap tahunnya jumlah mahasiswa meningkat dan bisa di simpulkan bahwa STIE PGRI Dewantara Jombang menjadi tempat perkuliahan yang cukup diminati. STIE PGRI Dewantara memiliki sarana dan prasarana yang baik dalam menunjang perkuliahan yang ada.

Gambar 1.1 STIE PGRI Dewantara Tampak Depan



Sumber: <https://www.stiedewantara.ac.id>

Gambar 1.2. STIE PGRI Dewantara Jombang Tampak Belakang



Sumber: Dokumentasi pribadi,2018

Selain itu, STIE PGRI Dewantara Jombang memiliki dosen yang berkompeten dalam memberikan pengajaran. STIE PGRI Dewantara juga memiliki organisasi mahasiswa yang aktif menyelenggarakan berbagai macam acara dalam menunjang keberlangsungan STIE PGRI Dewantara. Selain itu, STIE PGRI Dewantara Jombang memiliki peringkat ke 701-800 dari 4709 perguruan tinggi di Indonesia (Ristekdikti, 2018). Keunggulan yang ada menjadi *brand image* STIE PGRI Dewantara di mata masyarakat dan konsumen.

*Brand image* atau citra merek merupakan seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek, karena itu sikap dan tindakan konsumen terhadap suatu merek sangat ditentukan oleh citra merek tersebut (Kurniawan, Fanani, & Arifin, 2018). Kesan yang ditimbulkan akan memberikan pemahaman kepada konsumen terhadap merek tersebut. Citra merek adalah pemahaman konsumen terhadap suatu merek secara keseluruhan yang tidak hanya di tentukan oleh penamaan yang baik dari produk tersebut, tetapi dibutuhkan cara bagaimana hal itu dilakukan untuk memperkenalkan produk sehingga menjadi memori bagi konsumen yang akan membentuk persepsi pada suatu produk (Khairani, 2018). Pemahaman yang baik terhadap merek akan menunjang syarat dari merek yang kuat. Citra merek merupakan syarat dari merek yang kuat (Amstrong, Kotler, & Garry, 2008). Suatu perguruan tinggi yang mampu membentuk *Brand Image* yang baik maka akan dapat melakukan

promosi dengan mudah, efektif dan memiliki peluang besar untuk konsumen memutuskan pembelian sehingga dapat menciptakan loyalitas pelanggan. Namun apabila memiliki citra merek yang buruk akan ternilai sebaliknya (Prasetyo, Yulianto, & Sunarti, 2018). Upaya membangun citra merek dapat dilakukan melalui proses komunikasi yang efektif.

Promosi yang dilakukan bisa melalui *event marketing*. Hasil penelitian Wohlfeil dan Whelam (2006) menyatakan bahwa *event marketing* di perlukan guna menjadi alat komunikasi yang efektif ke konsumen. *Event marketing* juga berguna dalam memberikan ingatan kepada konsumen untuk *brand* yang baru, dalam memberikan pertimbangan saat memilih *brand* tersebut di luar *event*.

*Event marketing* adalah salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang dapat mempertahankan *brand image* sebuah perguruan tinggi (Fajrin & Wibowo, SE.,M, 2018). *Event Marketing* di selenggarakan untuk sebuah pemasaran. *Event marketing* adalah salah satu bentuk kampanye merek produk untuk mendekatkan dan membangun interaksi merek produk dengan konsumen melalui beragam aktivitas lainnya yang menarik perhatian publik (Octa, 2018). Ada berbagai cara dalam menyampaikan pesan merek. Salah satu cara yang ampuh dalam menyampaikan pesan sebuah merek adalah dengan mengajak konsumen dan konsumen yang berpotensi untuk terlibat dalam sebuah promosi pemasaran *event* yang diselenggarakan oleh penyelenggara (Duncan, 2005). *Event*, suatu kurun waktu kegiatan yang dilakukan oleh perguruan tinggi dengan mendatangkan orang-orang ke suatu tempat agar mereka memperoleh informasi atau pengalaman penting serta tujuan lain yang diharapkan oleh penyelenggara (Kennedy, 2009).

STIE PGRI Dewantara Jombang menggunakan *event marketing* sebagai alat promosi ke masyarakat. Melalui *event marketing* seperti inilah masyarakat akan mengetahui STIE PGRI Dewantara Jombang, sehingga menimbulkan *brand image* yang baik. Didukung dengan data *event marketing* STIE PGRI Dewantara Jombang di bawah ini:

Tabel 1.4 *Event Marketing* STIE PGRI Dewantara Jombang Tahun 2018

No	<i>Event marketing</i>
1.	Program <i>One School One Product</i> (OSOP) STIE PGRI Dewantara Jombang
2.	<i>Busines Basic Training</i> 16
3.	<i>Rank One Of Economics</i> (ROOM)
4.	<i>Accountinng Festival of Dewantara</i> (ACFED)
5.	Program Kerja KKN STIE PGRI Dewantara Jombang
6.	<i>Workshop Creativeprenuer</i> “ <i>Skate Face</i> ”
7.	<i>Workshop Eco Product</i>
8.	<i>Workshop Creativeprenuer</i> “ <i>Bouquet Creation</i> ”
9.	<i>Workshop</i> “ <i>Video Editing For Business</i> ”
10.	<i>Workshop</i> “ <i>Endorsment</i> ”
11.	<i>Singing Competition</i>
12.	Parade Musik (Dewantara Music Fest)
13.	STIE Futsal <i>Competition</i>
14.	PHBI “ <i>STIE Bersholawat</i> ”
15.	Peduli Kasih
16.	<i>Workshop</i> “ <i>Make Up For Party</i> ”
17.	<i>Creativeprenuer</i> “ <i>Food Photography</i> ”
18.	Acara Bantengan
19.	Sosialisasi Pengembanga Modal Usaha Bagi Pelaku Usaha
20.	Sosisalisasi Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Generasi Muda
21.	Seminar <i>Entrepreneurship</i>
No	<i>Event marketing</i>
22.	<i>HIMAJE Care and Share</i>
23.	<i>Economic Fair</i>
24.	<i>Make Up Class</i>
25.	Pembentukan Jombang <i>Creative Network</i>
26.	Pelatihan Pengembangan Kewirausahaan
27.	Pelatihan <i>Entereprenuer</i>

Sumber: Data BEM 2017/2018 dan [https://www.instagram.com/chusnul\\_momprenuer/](https://www.instagram.com/chusnul_momprenuer/)

Gambar 1.3 Salah Satu *Event Marketing* STIE PGRI Dewantara Jombang

Sumber: [https://www.instagram.com/himaje\\_dewantara/](https://www.instagram.com/himaje_dewantara/)

Jika adanya kecocokan *event* dengan *brand* dan ada manfaat yang di dapat maka *event marketing* menghasilkan hasil yang positif dan mampu menanamkan memori dan kesan di benak pengunjung. Hasil penelitian Putri, Haryono dan Warso (2016) menyatakan bahwa keputusan dalam mengkonsumsi atau membeli suatu barang atau jasa akan meningkat bila *event marketing* berhasil dalam penyelenggaraannya . Semua akan lebih baik bila di dorong *brand image* yang tinggi.

Hasil penelitian Harimurti (2017) menyatakan bahwa kegiatan *event marketing* tidak akan langsung mempengaruhi penjualan, tetapi berpengaruh langsung dalam membangun *brand image* di mata pengunjung acara yang dimana nantinya dapat mempengaruhi keputusan pembelian baik masa sekarang setelah acara selesai maupun untuk masa yang akan datang. *Event marketing* tetap penting dilakukan guna membangun *brand image* pengunjung *event* yang nantinya menjadi konsumennya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “ **Pengaruh *Event Marketing* terhadap Pengambilan Keputusan Berkuliah yang di mediasi oleh *Brand Image* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Angkatan 2018 STIE PGRI Dewantara Jombang) ”.**

## **1.2 Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian tersebut, maka di peroleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Event Marketing* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berkuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang?



2. Apakah *Event Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Image* STIE PGRI Dewantara Jombang?
3. Apakah *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan berkuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang?
4. Apakah *Brand Image* memediasi hubungan antara *Event Marketing* dengan pengambilan keputusan berkuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang?

### **1.3 Batasan Masalah**

Agar tidak menyimpang dan melebar dari permasalahan, maka penyusunan penelitian ini dibatasi pada:

1. Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa angkatan 2018 STIE PGRI Dewantara Jombang.
2. Tempat penelitian dilakukan di kampus STIE PGRI Dewantara Jombang.
3. Objek yang ingin diteliti adalah tingkat pengambilan keputusan berkuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh *Event Marketing* terhadap pengambilan keputusan berkuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang.
2. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan *Event Marketing* terhadap *Brand Image* STIE PGRI Dewantara Jombang.
3. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh *Brand Image* terhadap pengambilan keputusan berkuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang.

4. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh *Event Marketing* terhadap pengambilan keputusan berkuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang yang dimediasi oleh *Brand Image*.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat, yaitu:

1. Akademis

Untuk menambah pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya tentang pengaruh *Event Marketing* terhadap pengambilan keputusan berkuliah melalui *Brand Image*.

2. Praktis

Bagi instansi, di harapkan dapat memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan kebijakan STIE PGRI Dewantara Jombang.