

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Era milenial saat ini keterampilan atau kemampuan sangat dibutuhkan sebagai penyeimbang perkembangan zaman. Munculnya inovasi baru dan sumber daya profesional pada perkembangan zaman akan menjadi lebih berkembang dan modern, sehingga manusia harus beradaptasi, dengan hal ini salah satunya adalah dalam bidang pendidikan. Pendidikan merupakan salah satu hal yang penting, pendidikan diperlukan untuk menjadi salah satu penunjang wawasan, pendidikan juga termasuk sarana pendukung untuk kemajuan zaman atau negara.

Perguruan tinggi merupakan salah satu penyedia pelayanan jasa pendidikan. Perguruan tinggi merupakan institusi sangat strategis yang dapat terus dikembangkan untuk meningkatkan kemajuan pendidikan bangsa dan negara. Perguruan tinggi yang lebih maju dan berkembang tentunya akan menunjang terciptanya generasi negara yang cerdas dan kompetitif. Perkembangan dunia membuat manusia sadar akan pendidikan, oleh karena itu tidak di pungkiri semakin banyak orang yang melanjutkan pendidikannya hingga perguruan tinggi.

Di Indonesia perguruan tinggi saat ini semakin berkembang, terutama di provinsi Jawa Timur. Menurut Pangkalan data dikti PDDIKTI (2019) jumlah perguruan tinggi di Jawa Timur yang aktif mencapai 548,

baik itu perguruan tinggi negeri maupun swasta. Berikut data perguruan tinggi yang aktif di Jawa Timur baik negeri maupun swasta:

Tabel 1.1  
Daftar Perguruan Tinggi di Provinsi Jawa Timur

No	Perguruan Tinggi	Jumlah
1.	Universitas Negeri	9
2	Universitas Swasta	89
3.	Sekolah Tinggi Negeri	8
4.	Sekolah Tinggi Swasta	281
5.	Institut Negeri	6
6.	Institut Swasta	44
7.	Politeknik Negeri	16
8.	Politeknik Swasta	13
9.	Akademi Negeri	12
10	Akademi Swasta	65
11	Akademi komunitas	5

Sumber: <https://forlap.ristekdikti.go.id/perguruantinggi/search/548>

Dari tabel 1.1 di atas perguruan tinggi yang presentasinya paling banyak adalah perguruan tinggi swasta yaitu 497 dan 51 untuk perguruan tinggi negeri. Perguruan tinggi negeri atau pun perguruan tinggi swasta menjadi pilihan masing-masing untuk melanjutkan pendidikannya. Menurut PDDIKTI (2019) Sekolah tinggi ilmu ekonomi di provinsi Jawa Timur berjumlah 36 perguruan tinggi. Dengan banyaknya sekolah tinggi ilmu ekonomi yang ada di Jawa Timur salah satunya di Jombang yaitu STIE PGRI Dewantara Jombang, membuat perguruan tinggi berlomba untuk

meningkatkan keunggulan di bidang akademik dan non akademik, baik dari segi program studinya, maupun fasilitasnya.

Perguruan tinggi harus mampu meningkatkan keunggulan dan juga akreditasi dalam program studinya agar mahasiswa dapat melakukan keputusan memilih berkuliah. Keputusan memilih adalah bagian hal yang penting dalam meningkatkan daya saing.

Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2009) adalah memilih dua atau lebih pilihan alternatif keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan dan harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan pembelian dapat mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh perilaku konsumen.

Strategi pemasaran yang sekarang banyak di gunakan oleh perusahaan yaitu *experiential marketing* baik perusahaan jasa maupun barang. Konsep pemasaran yang digunakan untuk mengetahui pengalaman yaitu melalui *experiential marketing*. *Experiential marketing* merupakan konsep pemasaran yang tidak hanya memberi informasi dan peluang bagi konsumen untuk memperoleh pengalaman dan juga manfaat yang didapat tetapi juga membangkitkan emosi dan perasaan yang berdampak terhadap pemasaran.

Menurut Alma (2013) *experiential marketing* adalah konsumen tidak hanya melakukan permintaan akan barang-barang berkualitas tetapi juga menginginkan adanya manfaat emosional, yang berupa *memorable*

*experience* yaitu adanya pengalaman yang mengesankan dan tidak dapat terlupakan. Setiap orang akan memiliki pengalaman yang dirasakan dan akan menjadi cerita tersendiri. Dalam penelitian terdahulu (Sidabutar, Suharyono, & Kusmawati, 2016) apabila seseorang pernah menggunakan suatu produk ataupun jasa yang dirasakan baik, maka itu akan menjadi pengalaman yang positif.

Menurut Schmitt H.B (1999) *Experiential marketing* memiliki lima elemen yaitu *sense* (panca indra) merupakan cara untuk menciptakan pengalaman melalui pendekatan panca indra yang meliputi penglihatan, suara, peraba, rasa, dan bau. *Feel* (perasaan) menciptakan pengalaman afektif, menarik perasaan dan emosi konsumen yang bertujuan untuk mempengaruhi pengalaman emosional melalui suasana hati, serta emosi yang kuat tentang kesenangan atau kebanggaan. *Think* (berfikir) yaitu menciptakan pengalaman berfikir konsumen secara kreatif, menarik elemen intelektual yang bertujuan untuk menciptakan suatu pengalaman kognitif, yang berarti pengalaman sebagai pemecahan suatu masalah yang melibatkan konsumen secara langsung. *Act* (tindakan) bertujuan untuk mempengaruhi pengalaman fisik, dengan perilaku, gaya hidup dan interaksi dengan orang lain yang menghasilkan pengalaman-pengalaman. *Relate* (hubungan) terdiri dari aspek pemasaran *sense, feel, think* dan *act*, pengalaman yang terhubung dengan gaya hidup, keadaan sosial dan budaya.

Dengan *experiential marketing* pemasar dapat memberikan pengertian dan gambaran baru kepada konsumen yang berkaitan dengan suatu produk

atau jasa maka akan timbul pengalaman yang baik dan akan menarik konsumen untuk melakukan keputusan dalam memilih.

STIE PGRI Dewantara Jombang adalah sekolah tinggi ilmu ekonomi yang menyediakan pelayanan jasa pendidikan. STIE PGRI Dewantara Jombang berdiri sejak 26 juli 1995 dengan SK MENDIBUT No. 005/D/0/1995, beralamatkan di JL. Prof. Muh. Yamin No. 77, Jabon, Pandanwangi, Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. STIE PGRI Dewantara Jombang merupakan perguruan tinggi yang bergerak dalam bidang ekonomi dan bisnis. STIE PGRI Dewantara Jombang memiliki dua program studi itu program studi manajemen dan akuntansi yang sudah terakreditasi B. Berikut data jumlah mahasiswa di STIE PGRI Dewantara Jombang:

Tabel 1.2  
Jumlah Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang

No	Tahun/Angkatan	Jumlah
1	2016/2017	463
2	2017/2018	439
3	2018/2019	553

Sumber: STIE PGRI Dewantara Jombang

Dari tabel 1.2 di atas dapat disimpulkan bahwa selama 3 tahun terakhir jumlah mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang mengalami peningkatan. Hal ini, menarik peneliti untuk meneliti lebih lanjut tentang trend peningkatan jumlah mahasiswa di STIE PGRI Dewantara Jombang.

Dari adanya permasalahan di atas, untuk itu peneliti tertarik mengambil objek penelitian mengenai “**Pengaruh *Experiential Marketing***

**Terhadap Keputusan Memilih Kuliah di STIE PGRI Dewanatara  
Jombang” (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara  
Angkatan 2017).**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian tersebut, maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *sense* berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih kuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang?
2. Apakah *feel* berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih kuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang?
3. Apakah *think* berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih kuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang?
4. Apakah *act* berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih kuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang?
5. Apakah *relate* berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih kuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang ?

## **1.3 Batasan Masalah**

1. Penelitian ini hanya berfokus pada variabel *experiential marketing* yaitu *sense, feel, think, act, relate* dan keputusan pembelian.
2. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang angkatan 2017.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *sense* terhadap keputusan memilih kuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang.

2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *feel* terhadap keputusan memilih kuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *think* terhadap keputusan memilih kuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *act* terhadap keputusan memilih kuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang.
5. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh *relate* terhadap keputusan memilih kuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang.

### **1.5 Manfaat Peneliti**

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis
  - a. Menambah pengetahuan baru bagi para pembaca mengenai *experiential marketing* terhadap keputusan memilih kuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang.
  - b. Memberikan informasi bagi peneliti selanjutnya mengenai *experiential marketing* terhadap keputusan memilih kuliah di STIE PGRI Dewantara Jombang.
2. Manfaat Praktis
  - a. Bagi STIE PGRI Dewantara Jombang

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan STIE PGRI Dewantara Jombang untuk memahami sejauh mana *experiential*



*marketing* mampu memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga dapat membantu dalam menentukan kebijakan ke depan agar mampu bersaing dan berkembang serta dapat membawa STIE PGRI Dewantara lebih baik.

b. Bagi Penulis.

Dapat digunakan untuk menambah pengetahuan, wawasan, dalam dunia pemasaran dan sebagai referensi.