



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana**

*Terakreditasi Unggul*

*SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023*

***Analisis Pengaruh *Experiential Marketing Campus Visit****  
**Terhadap Minat Kuliah Siswa-siswi SMAK 2 BPK PENABUR**  
**Bandung di Universitas Katolik Parahyangan**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana  
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Oleh

Kevin Suryajaya Eltanto

6082001249

Bandung

2024



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana**

*Terakreditasi Unggul*

*SK BAN-PT No. 1842/SK/BAN-PT/Ak-PNB/S/V/2023*

***Analisis Pengaruh *Experiential Marketing Campus Visit****  
**Terhadap Minat Kuliah Siswa-siswi SMAK 2 BPK PENABUR**  
**Bandung di Universitas Katolik Parahyangan Tahun 2024**

Skripsi

Oleh

Kevin Suryajaya Eltanto

6082001249

Pembimbing

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.

Bandung

2024

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



**Tanda Pengesahan Skripsi**


Nama : Kevin Suryajaya Eltanto  
Nomor Pokok : 6082001249  
Judul : Analisis Pengaruh *Experiential Marketing Campus Visit* Terhadap Minat Kuliah Siswa-siswi SMAK 2 BPK PENABUR di Universitas Katolik Parahyangan Tahun 2024

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Selasa, 2 Juli 2024  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Roni Tua, S.IP., M.T.

:   
\_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.

:   
\_\_\_\_\_

**Anggota**

Marihot Tua Efendi Hariandja, Drs., M.Si.

:   
\_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Pj. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Orpha Jane

## DAFTAR PERBAIKAN NASKAH SKRIPSI

Nama : Kevin Suryajaya Eltanto  
Nomor Pokok Mahasiswa : 6082001249  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Pembimbing : Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA. (20170289) Pembimbing Tunggal  
Hari dan tanggal ujian skripsi : Selasa, 2 Juli 2024  
Judul (Bahasa Indonesia) : Analisis Pengaruh Experiential Marketing Campus Visit Terhadap Minat Kuliah Siswa-siswi SMAK 2 BPK PENABUR Bandung di Universitas Katolik Parahyangan Tahun 2024  
Judul (Bahasa Inggris) : Analysis of the Influence of Experiential Marketing Campus Visit on the Interest in Pursuing Higher Education Among Students of SMAK 2 BPK PENABUR Bandung at Universitas Katolik Parahyangan

1. Perbaiki Judul Skripsi menjadi (Judul harus ditulis lengkap menggunakan huruf besar kecil/Title Case)

Judul (Bahasa Indonesia)

Judul (Bahasa Inggris)

2. Perbaiki Umum (meliputi : cara merujuk, daftar pustaka, teknis editing) :

Abstrak perlu ditambahkan cuplikan LBM, perbaiki penulisan tabel terdahulu, tambahkan narasi terlebih dahulu sebelum tabel dan gambar

3. Perbaiki di Bab 1 : Tambahkan fenomena persaingan antar universitas, ceritakan dengan detail pelaksanaan campus visit di UNPAR

4. Perbaiki di Bab 2 : Tata letak teori diperbaiki

5. Perbaiki di Bab 3 : Dituliskan teknik pengambilan data dan keterbatasan teknis sampling di lapangan

6. Perbaiki di Bab 4

7. Perbaiki di Bab 5

Bandung, 13 April 2024

Ketua Program Studi,

kaprodi\_jab.fisip@unpar.ac.id  
7/2/2024 9:16:10

Adrianus Tirta, S.E., M.M

Penguji (Pembimbing),

daniel.hermawan@unpar.ac.id  
7/2/2024 9:03:12

Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.

Penguji,

roni.tua@unpar.ac.id  
7/4/2024 8:32:08

Roni Tua, S.IP., M.T.

Penguji,

marihot@unpar.ac.id  
7/2/2024 9:02:04

Marihot Tua Efendi Hariandja, Drs., M.Si.

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Kevin Suryajaya Eltanto  
NPM : 6082001249  
Program Studi : Administrasi Bisnis Program Sarjana  
Judul : Analisis Pengaruh *Experiential Marketing Campus Visit*  
Terhadap Minat Kuliah Siswa-siswi SMAK 2 BPK PENABUR  
Bandung di Universitas Katolik Parahyangan Tahun 2024

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 14 Juni 2024

The image shows a handwritten signature in black ink on the left and a pink and white electronic stamp on the right. The stamp is a square with a QR code border and contains the text 'METERAI ELEKTRONIK 10000' and 'Jumlah Uang Elektronik'.

Kevin Suryajaya Eltanto

## ABSTRAK

Nama : Kevin Suryajaya Eltanto  
NPM : 6082001249  
Judul : Analisis Pengaruh *Experiential Marketing Campus Visit* Terhadap Minat Kuliah Siswa-siswi SMAK 2 BPK PENABUR Bandung di Universitas Katolik Parahyangan

---

Pada saat ini terjadi persaingan antar perguruan tinggi di Indonesia dalam menarik calon mahasiswa melalui berbagai teknik pemasaran yang kreatif dan inovatif di tengah perkembangan masa kini. Praktik pemasaran yang dilakukan oleh berbagai perguruan tinggi baik swasta maupun negeri berbagai promosi dilakukan untuk mencapai tujuan lembaga penyelenggara pendidikan tersebut dalam mencari calon mahasiswa baru, salah satunya melalui program *Campus Visit* yang termasuk kedalam *Experiential Marketing* yang sudah dilakukan oleh Kampus UNPAR sejak tahun 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential marketing Campus Visit* UNPAR terhadap minat kuliah siswa-siswi SMAK 2 BPK PENABUR Bandung. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa-siswi kelas XII SMAK 2 BPK PENABUR Bandung. Metode sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner atau angket kepada seluruh sampel dan didapatkan hasil sejumlah 106 responden.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara *experiential marketing Campus Visit* dengan minat kuliah siswa-siswi SMAK 2 BPK PENABUR Bandung di Universitas Katolik Parahyangan. Penelitian ini memberikan implikasi kepada Universitas Katolik Parahyangan untuk mempertahankan, meningkatkan, dan memaksimalkan program *Campus Visit* karena memberikan efek untuk peningkatan minat kuliah calon mahasiswa. Selain itu UNPAR bisa menggunakan data penelitian ini untuk fokus pada elemen pemasaran yang efektif akan membantu UNPAR dalam merancang promosi yang lebih efisien dan tepat sasaran, sehingga meningkatkan minat para calon mahasiswa menjadi mahasiswa di UNPAR

Kata Kunci: *experiential marketing, Campus Visit*, minat kuliah, pemasaran

## **ABSTRACT**

*Name* : Kevin Suryajaya Eltanto  
*Student ID* : 6082001249  
*Title* : *Analysis of the Influence of Experiential Marketing Campus Visit on the Interest in Pursuing Higher Education Among Students of SMAK 2 BPK PENABUR Bandung at Universitas Katolik Parahyangan*

---

*Currently, there is competition among universities in Indonesia to attract prospective students through various creative and innovative marketing techniques amid the developments of the present era. Both private and public universities employ various promotional strategies to achieve their institutional goals in attracting new students, one of which is through the Campus Visit program that falls under Experiential Marketing, which has been conducted by UNPAR since 2022.*

*This research aims to determine the influence of experiential marketing through Campus Visits to UNPAR on the interest in pursuing higher education among students of SMAK 2 BPK PENABUR Bandung. This study employs a descriptive qualitative approach. The population of this study comprises 12th-grade students of SMAK 2 BPK PENABUR Bandung. The sampling method used in this study is non-probability sampling. Data collection was carried out by distributing questionnaires to the entire sample, resulting in 106 respondents.*

*The results of this study indicate a significant influence of experiential marketing through Campus Visits on the interest in pursuing higher education at Parahyangan Catholic University among the students of SMAK 2 BPK PENABUR Bandung. This research implies that Parahyangan Catholic University should maintain, enhance, and maximize its Campus Visit program as it positively affects prospective students' interest in enrolling. Additionally, UNPAR can use the data from this research to focus on effective marketing elements, aiding in the design of more efficient and targeted promotional strategies, thereby increasing the interest of prospective students in becoming UNPAR students.*

*Keywords: experiential marketing, Campus Visit, customer interest, marketing*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Yang Maha Baik atas berkat, rahmat serta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Analisis Pengaruh *Experiential Marketing Campus Visit* Terhadap Minat Kuliah Siswa-siswi SMAK 2 BPK PENABUR Bandung di Universitas Katolik Parahyangan” dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan. Dengan ini, peneliti tidak dapat menyelesaikan penelitian tanpa bantuan, dukungan, dan kekuatan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus yang telah memberikan kekuatan, berkat, dan anugerah, serta perlindungan, sehingga peneliti dapat menyusun skripsi ini dengan baik hingga selesai.
2. Kedua orang tua, Kiki Eltando dan Feronica Laurencia serta Kakak dan Adik penulis yang selalu memberikan dukungan yang luar biasa, doa, menghibur, dan memberikan semangat saat mengalami kesulitan dan perhatian pada peneliti.
3. Bapak Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan ilmu, bimbingan, wawasan, inspirasi, waktu, tenaga dan pikiran, serta berbagai masukan dan selalu diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
4. Kaprodi Ilmu Administrasi Bisnis UNPAR Bapak Adrianus Tirta, S.E., M.M. dan seluruh dosen Administrasi Bisnis, dosen FISIP, dan dosen MKU pada Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu selama menempuh studi hingga semester akhir.
5. Teman-teman seperjuangan kuliah: Anthony Halim, Ray Richardi, Jimmy Jovian, Rinaldhi Salman, Steven, Endriko, dan teman-teman kuliah lainnya baik dari jurusan yang sama maupun berbeda yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu.
6. Guru dan siswa-siswi SMAK 2 BPK PENABUR Bandung yang telah memberikan dukungan dan kesempatan untuk melakukan penelitian skripsi ini.
7. Semua orang yang berada di sekitar peneliti yang telah ikut membantu dalam penyelesaian skripsi yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.



Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dengan keterbatasan yang peneliti miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun selalu peneliti harapkan demi perbaikan yang dapat peneliti lakukan di masa yang akan datang. Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih dan semoga Tuhan senantiasa menemani segala usaha dari awal sampai akhir.

Bandung, 14 Juni 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Kevin Suryajaya Eltanto', written in a cursive style.

Kevin Suryajaya Eltanto

# DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB 1 PERMASALAHAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Permasalahan.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Objek Penelitian.....	5
1.4.1 Profil/Sejarah SMAK 2 BPK Penabur Bandung.....	5
1.4.2 Logo dan Slogan SMAK 2 BPK Penabur Bandung.....	9
1.4.3 Visi dan Misi SMAK 2 BPK Penabur Bandung.....	10
1.4.4 Lokasi Sekolah SMAK 2 BPK Penabur Bandung.....	11
1.4.5 Struktur Organisasi SMAK 2 BPK Penabur Bandung.....	11
1.5 Batasan Penelitian.....	12
<b>BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI</b> .....	<b>13</b>
2.1 Teori dan Konsep.....	13
2.1.1 Pemasaran.....	13
2.1.2 Konsep Bauran Pemasaran.....	14
2.1.3 Experiential Marketing.....	16
2.2.3.1 Dimensi <i>Experiential Marketing</i> .....	17
2.1.4 Minat Beli.....	19
2.1.5 Faktor yang Mempengaruhi Minat.....	20

2.1.6 <i>Campus Visit</i> (Kunjungan Kampus).....	22
2.1.7 Siswa Menengah Atas .....	22
2.1.7.1 Karakteristik Siswa SMA.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu .....	24
2.3 Metodologi .....	26
2.3.1 Gambaran Umum Penelitian.....	26
2.3.2 Metode Penelitian .....	27
2.3.3 Operasionalisasi Variabel .....	27
2.3.4 Instrumen Penelitian.....	34
2.3.5 Populasi dan Sampel .....	35
2.3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	37
2.4 Analisis Data .....	37
2.4.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	37
2.4.2 Uji Validitas.....	38
2.4.3 Uji Reliabilitas .....	39
2.4.4 Uji Normalitas.....	40
2.4.5 Uji Linieritas.....	40
2.4.6 Uji Heteroskedastisitas .....	41
2.4.7 Uji Hipotesis .....	41
2.4.8 Uji Regresi Parsial (Uji-T).....	41
2.4.9 Koefisien Determinasi .....	42
<b>BAB 3 HASIL DAN TEMUAN.....</b>	<b>43</b>
3.1 Hasil Penelitian .....	43
3.1.1 Identitas Responden .....	44
3.1.2 Hasil Analistik Statistik Deskriptif atas Penilaian Responden .....	50
3.1.3 Hasil Uji Validitas .....	66
3.1.4 Hasil Uji Reliabilitas .....	68
3.1.5 Hasil Uji Normalitas.....	69
3.1.6 Hasil Uji Linieritas .....	71

3.1.7 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....	72
3.1.8 Hasil Uji Hipotesis .....	73
3.1.8.1 Uji-T.....	73
3.1.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	74
3.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	75
3.3 Temuan.....	76
<b>BAB 4 KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI .....</b>	<b>82</b>
4.1 Kesimpulan.....	82
4.2 Rekomendasi .....	82
4.3 Implikasi.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 2.2 Operasionalisasi Variabel .....	28
Tabel 2.3 Skor Skala Likert .....	35
Tabel 2.4 Rentang Skala .....	38
Tabel 2.5 Penilaian Koefisien Reliabilitas .....	40
Tabel 2.6 Kategori Interval Koefisien .....	41
Tabel 3.1 Domisili Responden .....	44
Tabel 3.2 Status Tempat Tinggal Responden.....	45
Tabel 3.3 Status Anak.....	45
Tabel 3.4 Usia .....	46
Tabel 3.5 Jenis Kelamin.....	46
Tabel 3.6 Asal Sekolah .....	47
Tabel 3.7 Jurusan SMA .....	47
Tabel 3.8 Rencana Perkuliahan.....	47
Tabel 3.9 Responden Pernah Mengikuti <i>Campus Visit</i> .....	49
Tabel 3.10 Sumber Mengenal atau Mengetahui UNPAR .....	50
Tabel 3.11 Interpretasi Rentang Skala Penilaian Variabel <i>Experiential Marketing Sense</i> .....	50
Tabel 3.12 Interpretasi Rentang Skala Penilaian Variabel <i>Experiential Marketing Feel</i> .....	52
Tabel 3.13 Interpretasi Rentang Skala Penilaian Variabel <i>Experiential Marketing Think</i> .....	54
Tabel 3.14 Interpretasi Rentang Skala Penilaian Variabel <i>Experiential Marketing Act</i> .....	56
Tabel 3.15 Interpretasi Rentang Skala Penilaian Variabel <i>Experiential Marketing Relate</i> .....	58
Tabel 3.16 Interpretasi Rentang Skala Penilaian Variabel Minat Transaksional.....	59
Tabel 3.17 Interpretasi Rentang Skala Penilaian Variabel Minat Referensial.....	61
Tabel 3.18 Interpretasi Rentang Skala Penilaian Variabel Minat Preferensial.....	62
Tabel 3.19 Interpretasi Rentang Skala Penilaian Variabel Minat Eksploratif .....	64
Tabel 3.20 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y .....	66

Tabel 3.21 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X ( <i>Experiential Marketing</i> ) .....	68
Tabel 3.22 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Kuliah).....	69
Tabel 3.23 Hasil Uji Normalitas.....	69
Tabel 3.24 Anova Tabel Uji Linieritas .....	71
Tabel 3.25 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....	72
Tabel 3.26 Hasil Uji Parsial (Uji-T) .....	73
Tabel 3.28 Hasil Koefisien Determinasi .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Lulusan SMAK 2 BPK PENABUR Bandung .....	8
Gambar 1.2 Logo Digital SMAK 2 BPK PENABUR Bandung .....	9
Gambar 1.3 Logo Profil SMAK 2 BPK PENABUR Bandung .....	10
Gambar 1.4 Peta Lokasi SMAK 2 BPK PENABUR Bandung .....	11
Gambar 1.5 Organigram SMAK 2 BPK PENABUR Bandung .....	12
Gambar 3.1 Histogram Data Residual .....	70
Gambar 3.2 Normal Probability Plot .....	71

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....</b>	<b>90</b>
<b>Lampiran 2. Rekapitulasi Tanggapan 106 Responden.....</b>	<b>97</b>
2.1 Rekapitulasi Identitas Responden .....	97
2.2 Rekapitulasi Pernyataan Variabel Experiential Marketing .....	99
2.3 Rekapitulasi Pernyataan Variabel Minat .....	105
<b>Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data SPSS .....</b>	<b>111</b>
3.1 Uji Validitas X1 .....	111
3.2 Uji Validitas Y .....	112
3.3 Uji Reliabilitas X .....	112
3.4 Uji Reliabilitas Y .....	112
3.5 Uji Normalitas .....	113
3.6 Uji Linearitas .....	113
3.7 Uji Regresi Linier Sederhana .....	113
3.8 Uji-T .....	114
3.9 Uji-F .....	114
3.10 Koefisien Determinasi.....	114



# **BAB 1**

## **PERMASALAHAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan kehidupan manusia saat ini telah mendorong dunia pendidikan lebih berkembang karena adanya berbagai penemuan baru dan berkembangnya komponen sistem pendidikan yang ada yang mendorong perubahan di dunia pendidikan. Pendidikan merupakan sebuah proses sistematis dalam peradaban manusia yang dirancang untuk mentransfer pengetahuan, nilai, budaya, dan keterampilan dari sebuah generasi ke generasi selanjutnya. Pendidikan telah dilakukan manusia terdahulu sejak adanya peradaban manusia, yang dilakukan secara turun temurun. Pendidikan dilakukan dengan berbagai cara baik secara verbal dan tidak verbal dari interaksi antara pendidik dan peserta didik. Pendidikan merupakan sebuah proses yang tidak pernah terlepas dari kehidupan manusia, karena pendidikan menjadi sebuah usaha manusia untuk menumbuhkan dan mengembangkan potensi manusia baik dalam bentuk jasmani maupun rohani yang sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat dan kebudayaan. Pendidikan mendorong manusia menjadi sebuah insan yang berakhlak dan berilmu pengetahuan baik. Saat ini sebuah pendidikan dinilai tidak memiliki sebuah batasan karena dunia pendidikan memiliki sifat yang kompleks sehingga disebut sebagai ilmu pendidikan.

Pelaksanaan pendidikan di Indonesia secara sistematis dibawa dan telah diterapkan oleh bangsa Eropa pada masa kolonial berlangsung di Indonesia. Pendidikan di Indonesia sendiri memiliki beberapa jenjang, mulai dari jenjang pendidikan dasar, menengah, atas, hingga pendidikan tinggi yang dilaksanakan di perguruan tinggi. Pendidikan dapat diperoleh melalui 3 lembaga pendidikan yaitu pendidikan formal, pendidikan informal, dan non formal. Pendidikan di Indonesia menjadi sebuah kebutuhan pokok bagi individu, hal ini tertuang dalam UUD 1945 yang menerangkan bahwa salah satu tujuan bangsa Indonesia adalah mencerdaskan bangsa. Selain itu, pemerintah mendorong pendidikan dengan mewajibkan setiap individu warga negara Indonesia untuk mendapatkan pendidikan selama 12 tahun sejak tahun 2015. Dengan demikian, tingkat peserta didik terus bertambah dari tahun ke tahun dengan adanya program wajib belajar tersebut

Perguruan tinggi sendiri merupakan sebuah lembaga yang menyelenggarakan pendidikan tingkat tinggi atau jenjang tinggi setelah jenjang menengah. Perguruan tinggi di Indonesia terbagi menjadi 2 pihak penyelenggaranya, ada dari pihak swasta dan juga pihak pemerintah melalui perguruan tinggi negeri. Pengambilan pendidikan pada tahap perguruan

tinggi sendiri sifatnya opsional tidak termasuk dalam kewajiban pendidikan 12 tahun. yang hanya meliputi pendidikan jenjang dasar, menengah, dan atas. Meskipun demikian dengan tuntutan era globalisasi yang kompleks mendorong para peserta didik untuk melanjutkan jenjang pendidikan tinggi tersebut. Hal ini dikarenakan individu di Indonesia dituntut untuk memiliki kualitas sumber daya manusia yang baik dalam dunia pekerjaan.

Dengan demikian, persaingan antar lembaga penyelenggara pendidikan tinggi dalam mencari peserta didik baru pada semakin atraktif. Hal ini dibuktikan dengan gencarnya usaha promosi yang dilakukan oleh berbagai lembaga perguruan tinggi dalam mencari para calon mahasiswa agar tertarik bergabung pada perguruan tinggi masing-masing lembaga. Promosi yang dilakukan oleh para lembaga perguruan tinggi dilakukan dengan berbagai cara yang kreatif dan juga inovatif untuk menunjukkan keunggulan kampusnya terhadap para calon peserta didik agar semakin diminati oleh calon peserta didik. Dengan berbagai keunggulan, fasilitas, dan mutu pendidikan yang ditawarkan oleh setiap lembaga perguruan tinggi memberikan suasana persaingan mencari kandidat calon mahasiswa semakin tinggi.

Para pihak penyelenggara pendidikan tinggi kini menjadi lebih proaktif dalam memasarkan kampusnya. Pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh penyelenggara pendidikan kini menjadi lebih terbuka dan beragam seperti yang dilakukan perguruan tinggi negeri yang kini membuka jalur penerimaan mandiri dan perguruan tinggi swasta yang banyak bekerjasama dengan berbagai sekolah menengah atas untuk dapat memberikan promosi khusus secara langsung ke sekolah-sekolah serta sering dilakukannya pameran pendidikan yang ditujukan untuk para siswa sekolah menengah atas agar para siswa tersebut dapat mengenal lebih dekat perguruan tinggi yang ada di Indonesia, selain itu banyak hadirnya perguruan tinggi luar negeri yang turut meramaikan persaingan dalam mendapatkan mahasiswa baru dari Indonesia, hal ini berbeda dengan masa lampau dimana perguruan tinggi tidak banyak melakukan promosi dan kegiatan pemasaran dengan berbagai cara yang kreatif dan inovatif. Pada masa terdahulu perguruan tinggi tidak melakukan pemasaran dengan berbagai media dan menunjukkan fasilitas terbaik mereka, namun kini mereka melakukan pemasaran dengan menggunakan media sosial, bekerja sama dengan berbagai *stakeholder* pendidikan, membuat iklan digital, mengadakan berbagai expo, dan lain sebagainya. Hal ini terjadi karena tingginya persaingan dalam memperebutkan calon mahasiswa untuk mendaftarkan diri ke kampus-kampus terbaik.

Bagi para pengguna jasa lembaga perguruan tinggi (mahasiswa) minat mendaftarkan diri ke kampus pilihan mereka berhubungan dengan teori pengambilan keputusan. Menurut Kotler dan Armstrong (2016), pengambilan keputusan dalam pembelian merupakan bagian dari

perilaku konsumen, perilaku konsumen yaitu tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Sedangkan menurut Terry (2012) yang dikutip dalam Wahyudi (2022) mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternatif yang ada. Pengambilan keputusan merupakan bagian dari sebuah proses pemikiran dan pertimbangan yang dihadapi konsumen sebelum membeli sebuah barang atau jasa yang akan menghasilkan sebuah pilihan (keputusan). Pengambilan keputusan yang dihadapi oleh calon mahasiswa adalah para calon mahasiswa dihadapkan dengan berbagai pilihan perguruan tinggi yang ada sesuai dengan ekspektasi dan keinginan dari setiap individu calon mahasiswa. Pilihan yang calon mahasiswa ambil juga menyangkut jalur penerimaan, pilihan jurusan, dan pertimbangan prospek kerja yang baik setelah lulus.

Mengingat banyaknya alternatif yang bisa diambil oleh para calon mahasiswa, pihak perguruan tinggi saat ini lebih gencar dalam melakukan promosi yang kreatif dan inovatif. Menurut Kotler dan Keller (2016), promosi merupakan seperangkat teknik intensif, yang sebagian besar bersifat jangka pendek, ditujukan untuk mendorong pembelian barang atau layanan tertentu yang lebih cepat dan lebih tinggi oleh pelanggan atau pedagang. Dalam hal ini promosi yang dilakukan oleh lembaga perguruan tinggi bertujuan agar para calon mahasiswa lebih mengenal dan mendapatkan informasi yang cukup mengenai perguruan tinggi tersebut. Promosi yang dilakukan oleh lembaga perguruan tinggi meliputi beberapa cara baik secara digital maupun secara fisik (langsung), biasanya dilakukan dengan merancang dan menyebarkan informasi terkait kampus baik jurusan yang tersedia, fasilitas yang tersedia, akreditasi kampus, dan lainnya. Dengan demikian para calon mahasiswa akan lebih mudah mengenali dan mendapatkan informasi seputar kampus yang diminati. Akses informasi yang mudah dan lengkap akan mendorong calon mahasiswa lebih baik dalam menentukan perguruan tinggi yang akan dituju.

Promosi kreatif dan inovatif yang telah dilakukan Universitas Katolik Parahyangan saat ini salah satunya berbentuk terdapat sebuah program promosi *Campus Tour* yang diselenggarakan oleh Kantor Pemasaran dan Admisi (KPA) UNPAR. Promosi *Campus Tour* awalnya dilaksanakan dalam bentuk virtual *Campus Tour* melalui sarana media digital berbentuk video yang disajikan melalui Youtube dan juga dalam 360 derajat view (*virtual reality*) yang bisa dijelajahi oleh para calon peserta didik. Namun pasca pandemi Covid-19 program promosi dengan metode *Campus Tour* ini berubah menjadi *Campus Visit*, dimana para calon mahasiswa dari berbagai sekolah di Indonesia dapat merasakan suasana perkuliahan di

kampus secara langsung. Dalam kegiatan *Campus Visit* peserta dapat mengetahui seputar kampus UNPAR melalui berbagai kegiatan yang dikemas dalam program tersebut, diantaranya yaitu : melihat fasilitas kampus, penjelasan berbagai prodi dan program belajar UNPAR, informasi seputar beasiswa yang diselenggarakan, pembelajaran secara langsung dalam bentuk workshop yang diselenggarakan oleh setiap jurusan di UNPAR, dan penyampaian harga khusus bagi siswa-siswi yang mengikuti *Campus Visit*. Kegiatan *Campus Visit* UNPAR sendiri bekerjasama dengan seluruh prodi yang ada di UNPAR, sehingga peserta bisa mendapatkan informasi secara langsung dan lengkap dari setiap perwakilan prodi sesuai dengan minat jurusan para peserta *Campus Visit*. *Campus Visit* UNPAR perdana dilaksanakan pada tahun 2022 dengan mengundang siswa-siswi sekolah menengah atas dari berbagai sekolah di Indonesia. Siswa-siswi yang mengikuti *Campus Visit* diharapkan dapat mengenal lebih dekat dengan lingkungan kampus, baik fasilitas, suasana kampus, dan berbagai program pendidikan yang dimiliki oleh Universitas Katolik Parahyangan yang terdiri dari 8 Fakultas dan 35 program studi. Kegiatan *Campus Visit* di Kampus UNPAR ini akan dipandu dan diperkenalkan oleh mahasiswa dan dosen UNPAR yang tergabung dalam UNPAR *Ambassador*. Selain diajak berkeliling kampus dan diperkenalkan program pendidikan yang ada di kampus UNPAR, para siswa-siswi yang menjadi peserta *Campus Visit* juga dipandu untuk mengikuti berbagai workshop yang diselenggarakan oleh beberapa prodi yang ada di kampus UNPAR, dalam workshop ini para peserta *Campus Visit* diajak untuk dapat merasakan suasana belajar dan pengalaman berkuliah di kampus UNPAR. Salah satu pihak sekolah yang berkesempatan untuk mengikuti program *Campus Tour* adalah salah satu sekolah menengah atas di Kota Bandung, yaitu SMAK 2 BPK Penabur Bandung.

SMAK 2 BPK Penabur Bandung merupakan salah satu lembaga pendidikan di Kota Bandung yang menyelenggarakan pendidikan pada jenjang sekolah menengah atas. Saat ini terdapat 158 siswa-siswi tingkat akhir pada sekolah SMAK 2 BPK Penabur Bandung. Siswa-siswi tingkat akhir pada sekolah menengah atas merupakan salah target pihak universitas dalam menarik dan memberikan penawaran untuk melanjutkan jenjang pendidikan selanjutnya di perguruan tinggi, tanpa terkecuali Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR). Beberapa waktu lalu siswa-siswi SMAK 2 BPK Penabur Bandung telah diundang untuk mengikuti program *Campus Visit* secara *on site* untuk mengetahui lebih dalam mengenai kampus UNPAR dan menarik calon mahasiswa bergabung dengan Universitas Katolik Parahyangan. Dengan terobosan cara promosi terbaru yang dilakukan pihak UNPAR dalam mempromosikan kampus UNPAR dalam program *Campus Visit*, belum diketahui efektivitas dari program promosi *Campus Visit* UNPAR yang sudah dilaksanakan sejak tahun 2022 ini terhadap minat para siswa-siswi yang mengikuti kegiatan *Campus Visit*. Dengan demikian maka peneliti tertarik

untuk melakukan penelitian terkait program promosi *Campus Visit* yang dilaksanakan kepada siswa- siswi SMAK 2 BPK Penabur Bandung dengan judul “**Analisis Pengaruh *Experiential Marketing Campus Visit* Terhadap Minat Kuliah Siswa-siswi SMAK 2 BPK PENABUR Bandung di Universitas Katolik Parahyangan**”.

## **1.2 Identifikasi Permasalahan**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat diidentifikasi rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *experiential marketing Campus Visit* di Universitas Katolik Parahyangan sebagai pemasaran kampus untuk mencari calon mahasiswa baru di Universitas Katolik Parahyangan?
2. Bagaimana pengaruh *experiential marketing Campus Visit* terhadap minat kuliah siswa- siswi SMAK 2 BPK PENABUR Bandung untuk berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui secara lengkap terkait pengaruh *experiential marketing Campus Visit* UNPAR.
2. Mengetahui bagaimana *experiential marketing* dalam program *Campus Visit* mempengaruhi minat siswa-siswi SMAK 2 BPK Penabur Bandung dalam menentukan keputusan memilih UNPAR sebagai perguruan tinggi.

## **1.4 Objek Penelitian**

Adapun objek dari penelitian ini adalah Sekolah Menengah Atas Kristen 2 BPK Penabur Bandung. Berikut merupakan penjelasan mengenai objek penelitian ini:

### **1.4.1 Profil/Sejarah SMAK 2 BPK Penabur Bandung**

SMAK 2 BPK Penabur Bandung merupakan institusi pendidikan yang bergerak dalam naungan Yayasan Badan Pendidikan Kristen (BPK PENABUR) wilayah Kota Bandung. Sekolah SMAK 2 BPK PENABUR Bandung lahir pada 1976, saat itu Badan Pendidikan Kristen Jawa Barat yang saat itu diketuai oleh Bapak Lukman Satiaputra, ingin melakukan perluasan pendidikan khususnya tingkat SMA. Perluasan pendidikan tingkat SMA ini dilakukan dengan membuka sekolah baru dari sekolah sebelumnya hanya SMAK 1 BPK PENABUR Bandung. Pada mulanya sekolah SMAK 2 BPK PENABUR Bandung melakukan pembelajaran pada petang hari dan mengambil lokasi sekolah di kompleks BPK PENABUR

Paskal (Pasirkaliki) yang beralamat di Jalan Pasirkaliki no.157, Bandung. Pendirian sekolah baru BPK PENABUR wilayah Jawa Barat ini bersamaan dengan diberlakukannya kurikulum baru jenjang SMA saat itu, yaitu kurikulum tahun 1975 sebagai pengganti kurikulum tahun 1968.

Pada awal pendirian sekolah SMAK 2 BPK PENABUR Bandung, jabatan kepala sekolah diemban oleh Bapak Iwan Tedjasukmana, S.H. dan wakil kepala sekolah dijabat oleh Ibu M. Souisa Gouw, BA. Dimasa awal tahun ajaran pertama sekolah SMAK 2 BPK PENABUR Bandung, terdapat 140 peserta didik yang dibagi menjadi 4 kelas dan terdapat 15 orang tenaga pendidik yang terdiri dari beberapa guru senior dari sekolah lain di Kota Bandung. Setelah 3 tahun berdiri, terjadi perubahan kebijakan tahun ajaran, yang awalnya berlangsung dari bulan Januari hingga Desember, berubah menjadi seperti saat ini (Juli-Juni) pada setiap tahunnya. Dengan berubahnya masa tahun ajaran tersebut, seluruh sekolah mengalami perpanjangan waktu belajar menjadi satu tahun setengah. Dalam masa tersebut Sekolah SMAK 2 BPK PENABUR memanfaatkan situasi tersebut untuk memantapkan diri menghadapi EBTA (Evaluasi Belajar Tahap Akhir, saat ini dikenal dengan Ujian Nasional) yang harus menginduk di SMAN 5 dan SMAN 8 Kota Bandung. Dengan demikian siswa-siswi SMAK 2 BPK PENABUR angkatan pertama berhasil lulus dengan hasil gemilang yaitu dengan tingkat kelulusan 95,75% untuk jurusan IPA dan IPS, serta 100% untuk jurusan bahasa. Dengan pencapaian tersebut pada tahun ajaran 1979/1980 SMAK 2 BPK PENABUR Bandung diberikan kepercayaan untuk dapat melaksanakan EBTA secara mandiri di lokasi sekolah. Pada tahun 1984 diberlakukan kurikulum pendidikan yang baru, pada jenjang SMA diberlakukan program A1 (ilmu fisika), program A2 (ilmu biologi), program A3 (ilmu sosial), dan program A4 (ilmu bahasa dan pengetahuan budaya). Dengan demikian status akreditasi SMAK 2 BPK PENABUR Bandung dinaikan dari terdaftar menjadi diakui. Tahun 1989 SMAK 2 BPK PENABUR Bandung berhasil menjadi salah satu sekolah favorit di Kota Bandung dan pada tahun 1990 SMAK 2 beralih status akreditasi menjadi disamakan. Tahun 1994 kurikulum baru untuk jenjang SMA berubah menjadi penjurusan 3 program belajar yaitu, program IPA, IPS, dan Bahasa SMAK 2 sendiri menerapkan program belajar ini sejak siswa kelas I pada tahun ajaran 1994/1995, bersamaan dengan penerapan program belajar baru tersebut maka SMAK 2 BPK berganti nama menjadi Sekolah Menengah Umum Kristen 2 BPK PENABUR (SMUK 2 BPK PENABUR).

Seiring dengan berkembangnya usia, SMUK 2 BPK PENABUR sudah berhasil menghasilkan lulusan yang potensial dan berprestasi, hal ini di buktikan dengan bertambahnya jumlah lulusan yang diterima di berbagai universitas favorit negeri dan swasta, sehingga akreditasi SMUK 2 BPK PENABUR berhasil di pertahankan terakreditasi “Disamakan”.

Dengan berkembangnya SMUK 2 BPK PENABUR tersebut maka pada tahun ajaran 2006/2007 untuk angkatan baru diberlakukan waktu belajar yang baru dari yang sebelumnya dilaksanakan petang hari, saat itu mulai diberlakukannya jam belajar pagi hari yang dimulai dari pukul 07.00-12.10. Selang 1 tahun dengan semakin berkembangnya SMUK 2 dan jumlah siswanya maka dilaksanakan peletakan batu pertama dalam pembangunan gedung SMAK 2 BPK PENABUR yang beralamat di jalan Dursasana no.8, Bandung yang kini berdampingan dengan gedung SMAK 1 BPK PENABUR Bandung di dalam kompleks BPK PENABUR Pasirkaliki. Pembangunan gedung tersebut memakan waktu 1,5 tahun dan dapat digunakan secara maksimal pada tahun ajaran 2008/2009 dimana diberlakukannya jam belajar baru yang berlaku hingga saat ini yaitu pada pukul 07.00-14.30 dari hari senin hingga jumat, dengan demikian terjadi perubahan nama kembali menjadi SMAK 2 BPK PENABUR Bandung yang kini sudah terakreditasi “A” (96,09).

SMAK 2 BPK PENABUR menjadi sebuah *learner centered education*, dimana SMAK 2 menjadi tempat belajar yang menyenangkan dan memiliki standar pendidikan nasional yang melengkapi siswa dengan kemampuan sosial, kepemimpinan, dan keterampilan hidup sehingga bisa menjadi lulusan yang mengimplementasikan nilai-nilai kristiani dan berkembang di perguruan tinggi dan masyarakat ketika sudah lulus.

Kepemimpinan SMAK 2 BPK PENABUR Bandung saat ini di percayakan kepada kepala sekolah Bapak Felix Lee, S.T., M.Kom. dengan wakil kepala sekolah kurikulum Bapak Ivan Valiandy, S.E. dan wakil kepala sekolah bidang kesiswaaan Bapak Reinmart M. Imanuel, S.Pd. Pada masa pandemi, SMAK 2 melakukan sebuah program inovasi dengan Program *Project Next* yang dilaksanakan terhadap siswa kelas X, dimana SMAK 2 BPK PENABUR bekerja sama dengan Universitas Maranatha. Program *Project Next* merupakan sebuah program edukasi yang memfasilitasi siswa agar dapat merasakan suasana belajar dan mendapatkan gambaran mengenai jurusan yang akan ditempuh sehingga siswa tidak akan salah mengambil jurusan ketika memasuki masa kuliah.

Program ini diadakan dengan menyelenggarakan kelas-kelas sesuai prodi dari Universitas Maranatha, seperti arsitektur, design interior, hukum, kedokteran, dan lainnya yang akan diikuti oleh siswa kelas X hingga XII. Saat ini SMAK 2 BPK PENABUR tidak hanya bekerja sama dengan Universitas Maranatha dalam memberikan pengalaman belajar di jenjang perguruan tinggi, namun juga berkolaborasi dengan universitas lainnya untuk memberikan program berkelanjutan dalam memastikan karir siswa-siswi SMAK 2 dengan *passion* dan *talent* mereka masing-masing. Profil lulusan SMAK 2 BPK PENABUR Bandung bisa dilihat dalam gambar di bawah ini:

# B.I.S.A

**BELIEVE IN GOD, IMPACTFUL,  
STRIVE FOR EXCELLENCE &  
ATTITUDE**

**PROFIL LULUSAN**

### PTN

PERGURUAN TINGGI NEGERI INDONESIA

- ITB,
- UNPAD,
- UNDIP,
- UPI,
- UDAYANA,
- ITS,
- GANESHA BALI,
- UNIV JEND SOEDIRMAN
- UGM,
- UI,
- UNER,
- SAMRATULANGI,
- UPN VETERAN,
- UNBRAW.

### SWASTA

PERGURUAN TINGGI SWASTA INDONESIA

- UNPAR,
- UKM,
- ITHB,
- BINUS,
- TELKOM,
- UMN,
- UPH,
- ATMAJAYA,
- PRASMUL,
- SAGES,
- STPB BALI
- I3L
- STPB BANDUNG,
- NHI,
- RAFFLES JAKARTA,
- PRESIDENT UNIV.,
- PODOMORO,
- PERTAMINA,
- SGU,
- TRISAKTI,
- LIKMI,
- UNIKA SEMARANG,
- PRADITA,
- PETRA,
- UBM, DSB

### STIN

Sekolah Tinggi Intelegen Negara.

### LUAR NEGERI

- SHANGHAI JIAN QIAO
- ECU (CHINA)
- UNIVERSITY OF NOTTINGHAM, NINGBO CHINA
- BLCU - BEIJING LANGUAGE AND CULTURE LANGUAGE
- ZHEJIANG SCI-TECH UNIVERSITY
- CHONG QING (CHINA)
- GUANGXI UNIVERSITY (CHINA)
- YUNTEACH UNIVERSITY (TAIWAN)
- ZHONG SAN (TAIWAN)
- TAMKANG UNIVERSITY (TAIWAN)
- UNION NATIONAL & NTU (TAIWAN)
- SUN YAT SEN UNIV. (TAIWAN)
- TUNGHAI UNIVERSITY (TAIWAN)
- I - SHOU UNIVERSITY (TAIWAN)

- TAYLOR'S UNIVERSITY (MALAY)
- KOREA SELATAN KEMYUNG UNIV.
- WILLIAM ANG, AUSTRALIA
- SOUTHERN CROSS UNIVERSITY (AUSTRALIA)
- CURTIN UNIVERSITY (AUSTRALIA)
- AUSTRALIA - MELBOURNE
- NTNU (NORGES TEKNISK-NATURVITENSKAPELIGE UNIVERSITET, NORWEGIA)
- JERMAN (COLLEGE)
- UNIV. OF WASHINGTON

	PTN	PTS	LN
2020	15	202	11
2021	22	146	16
2022	19	150	8

### KERJASAMA

WILL INSTRUCT YOU AND TEACH YOU IN THE WAY YOU SHOULD GO. WILL COUNSEL YOU WITH MY LOVING EYE ON YOU. PSALM 32:8

Gambar 1.1 Profil Lulusan SMK 2 BPK PENABUR Bandung



### 1.4.2 Logo dan Slogan SMAK 2 BPK Penabur Bandung

SMAK 2 BPK PENABUR Bandung sendiri terdiri dari 2 logo yaitu logo yayasan BPK PENABUR dan juga logo karakter SMAK 2 dengan slogan B.I.S.A. Masing-masing dari logo tersebut memiliki arti dan maknanya tersendiri, logo yayasan BPK PENABUR dilambangkan dengan salib berwarna merah yang mengartikan darah Yesus, buku berwarna kuning mengartikan terang pelita, perisai berwarna biru mengartikan kesehatan, dan perisai luar berwarna perak mengartikan kesucian, dan tulisan dibawah logo IMAN, ILMU, dan PELAYANAN yang berarti menjadi lembaga pendidikan kristen yang mengembangkan potensi peserta didik yang unggul berdasarkan, iman, ilmu, dan pelayanan. Sedangkan slogan B.I.S.A. merupakan akronim dari : B = *Believe in God* (percaya kepada Tuhan), I = *Impactful* (berdampak), S = *Strive for Excellence* (berusaha menjadi unggul), A = *Attitude* (berperilaku dan bersikap baik), motto slogan tersebut menjadikan sebuah karakter dan panduan SMAK 2 BPK PENABUR Bandung dalam mencapai visi dan misi. logo tersebut.



Gambar 1.2 Logo Digital SMAK 2 BPK PENABUR Bandung

Sumber: Tata Usaha SMAK 2 BPK PENABUR Bandung



Gambar 1.3 Logo Profil SMAK 2 BPK PENABUR Bandung  
Sumber : Tata Usaha SMAK 2 BPK PENABUR Bandung

#### **1.4.3 Visi dan Misi SMAK 2 BPK Penabur Bandung**

SMAK 2 BPK PENABUR Bandung memiliki Visi dan Misi sebagai mana lembaga pendidikan lainnya. Visi dan misi menjadi suatu hal yang penting bagi sebuah organisasi agar dapat mengetahui tujuan, mampu berkembang, dan mempertahankan organisasinya. Dalam hal ini SMAK 2 BPK PENABUR Bandung memiliki Visi dan Misi yaitu:

Visi:

“Berlandaskan Iman, Ilmu dan Pelayanan menghasilkan lulusan yang berkualitas, kreatif, dan Inovatif”.

Misi:

1. Menggali serta mewadahi potensi siswa
2. Membekali siswa dengan berbagai pengetahuan melalui pengajaran yang berkualitas.
3. Mengembangkan kreativitas siswa
4. Menanamkan disiplin siswa
5. Menanamkan nilai-nilai Kristiani sebagai suatu landasan pertumbuhan karaktersiswa.

#### 1.4.4 Lokasi Sekolah SMAK 2 BPK Penabur Bandung

SMAK 2 BPK Penabur Bandung sendiri beralamat di Jalan Dursasana No.8, Kelurahan Pamoyanan, Kecamatan Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat.

Selain itu SMAK 2 BPK PENABUR Bandung memiliki akun sosial media instagram dan website yang bisa di akses dibawah ini:

Website : [www.smak2bpkpenabur.sch.id](http://www.smak2bpkpenabur.sch.id)

Instagram : smak2bpkpenabur

Peta Lokasi SMAK 2 BPK PENABUR Bandung:

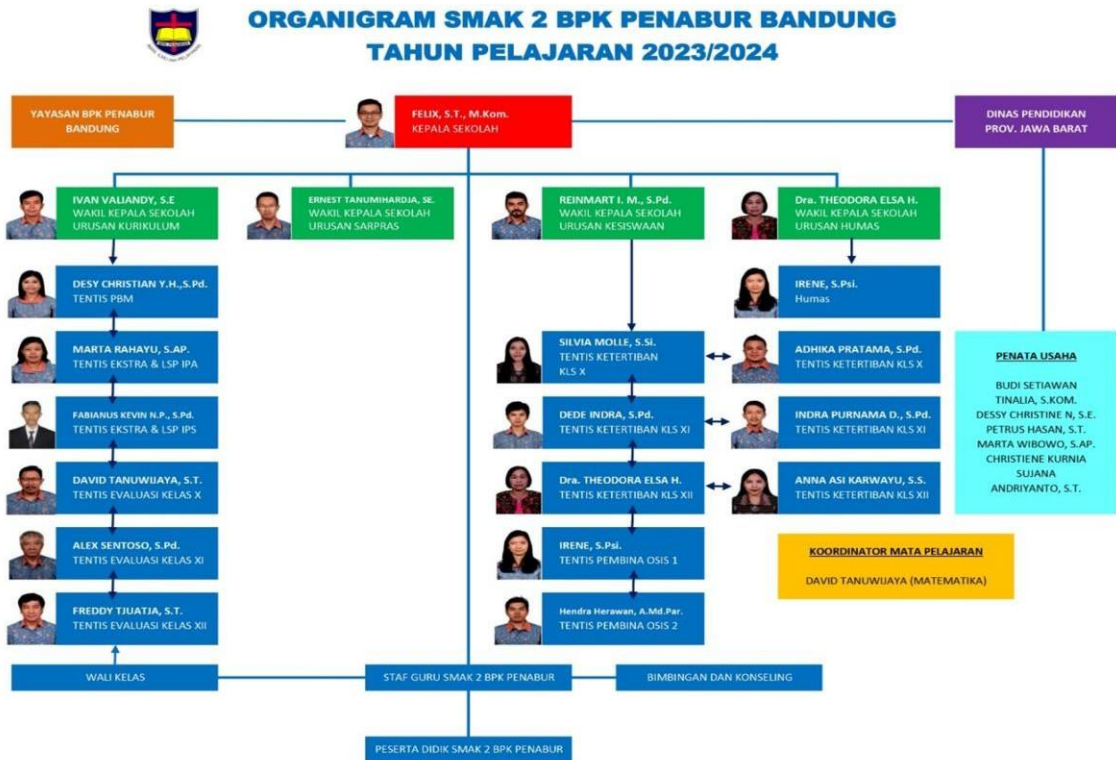


Gambar 1.4 Peta Lokasi SMAK 2 BPK PENABUR Bandung

Sumber: Data Sekolah Kemendikbud (2024)

#### 1.4.5 Struktur Organisasi SMAK 2 BPK Penabur Bandung

Struktur Organisasi SMAK 2 BPK Penabur Bandung bisa dilihat dalam organigram di bawah ini:



Gambar 1.5 Organigram SMAK 2 BPK PENABUR Bandung  
 Sumber : Tata Usaha SMAK 2 BPK Penabur Bandung (2024)

### 1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki beberapa batasan yang hanya berfokus pada :

- Penelitian ini hanya berfokus pada variable *Experiential Marketing* terhadap minat kuliah.
- Fokus penelitian ini adalah Program *Campus Visit* UNPAR 2023
- Penelitian ini dibatasi hanya dengan populasi yang mengikuti kegiatan *Campus Visit* yang dilaksanakan pada tahun 2023 bulan September lalu sejumlah 150 siswa dan siswi dari SMAK 2 BPK Penabur Bandung.
- Penelitian ini dilakukan dengan subjek penelitian siswa-siswi SMAK 2 BPK PENABUR kelas XII tahun ajaran 2023/2024 dan penelitian dilaksanakan pada tahun 2024.