

Pengaruh Efikasi diri dalam Blended learning terhadap Kepuasan Belajar Mahasiswa Perguruan tinggi Vokasi Pariwisata di Jakarta dengan Student Engagement sebagai variabel Intervening

Sulistyo Haryono, Roby Darmadi

Hotel Department, Akademi Pariwisata Indonesia, Indonesia

Corresponding email: robydarmadi@akpindo.ac.id

Abstract

Online learning during the Covid-19 pandemic, advances in information technology, and the demands of a student-oriented learning paradigm provide challenges for vocational universities, especially tourism, to maximize the use of blended learning models in the post-pandemic era (new normal). This study aims to analyze the influence of student self-efficacy on student learning satisfaction and the role of student engagement in blended learning to increase student satisfaction. The study used a survey method conducted on 314 students of tourism vocational universities in the DKI Jakarta area. Data analysis method using SEM (Structural Equation Model) with the help of Smart-PLS software. The results of the study revealed that student self-efficacy significantly affects student engagement and student satisfaction, student engagement significantly affects student learning satisfaction and student engagement is a significant mediator that plays a role in the relationship between student self-efficacy and student satisfaction. The conclusion of this study provides implications for the management and lecturers of vocational universities in managing and planning blended learning models to provide maximum learning outcomes and provide satisfaction for students who ultimately contribute to the sustainability of the university itself. For the next research, other variables related to student learning satisfaction can be added in the blended learning model

Keywords: Self Efficacy, Student Engagement, Student Satisfaction, Blended Learning, Online Learning .

Pendahuluan

Paradigma pembelajaran yang menerapkan sistem tradisional dimana pengajar adalah sumber segalanya atau disebut teacher centered kini telah berubah (Matsuyama et al., 2019). Saat ini mahasiswa dituntut aktif untuk mengelaborasi berbagai informasi yang diperoleh dari berbagai sumber serta secara kreatif dan terampil mengasah kemampuan berkolaborasi dalam memecahkan persoalan atau disebut dengan student centered. student centered learning atau pembelajaran aktif adalah metode pengajaran dimana siswa menjadi pusat fokus dan guru memiliki peran yang lebih sedikit dalam pengajaran (Zohrabi et al., 2012). Paradigma pembelajaran ini sudah seharusnya diaplikasikan pada pola pendidikan di perguruan tinggi (Matsuyama et al., 2019). Mahasiswa harus dapat melakukan proses pembelajaran secara mandiri, sehingga dalam kegiatan pembelajaran diperlukan strategi yang tepat agar proses belajar berjalan efektif dan efisien. Untuk mendukung paradigma pembelajaran student centered tersebut dibutuhkan media yang dapat membantu dan mempermudah penyampaian informasi.

Seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang telah membawa perubahan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk di dalamnya bidang pendidikan. Dengan penerapan teknologi informasi pada bidang pendidikan maka secara langsung akan berpengaruh pula pada metode dalam kegiatan pembelajaran. Pembelajaran

yang memanfaatkan teknologi komputer dan internet menuntut kreatifitas pengajar dan tingkat keaktifan siswa yang tinggi. Pandemi covid-19 yang melanda dunia memberikan efek pada pendidikan tinggi yang merubah proses pembelajaran tatap muka langsung menjadi tatap muka virtual (*online learning*). Kondisi selama pandemi dan pasca pandemi covid-19 telah merubah model pembelajaran di pendidikan tinggi untuk memanfaatkan pembelajaran daring yang dipadu dengan luring (*blended learning*) untuk memenuhi tuntutan kompetensi bagi mahasiswa perguruan tinggi vokasi khususnya pariwisata yang mengharuskan perkuliahan praktek dilaksanakan secara tatap muka demi tercapainya kompetensi bagi mahasiswanya. Para peneliti telah melakukan penelitian terkait dengan *blended learning* dan hubungannya dengan variabel *self efficacy*, *student engagement* dan *student satisfaction*. Hasil beberapa penelitian tersebut mengungkapkan kesimpulan yang berbeda-beda. Penelitian yang dilakukan oleh Prifti, (2022) menyimpulkan bahwa efikasi diri signifikan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, hal ini bertentangan dengan hasil penelitian Kuo et al. (2014) dan Pham & Nguyen (2021) yang mengungkapkan bahwa efikasi diri merupakan variabel yang tidak mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Uraian di atas dan beberapa temuan penelitian sebelumnya yang belum konsisten serta pentingnya mengetahui faktor-faktor yang mendukung kepuasan belajar mahasiswa dalam pembelajaran *blended* melatarbelakangi penulis membahas variabel terkait *blended learning* pengaruhnya terhadap kepuasan mahasiswa dalam penelitian ini.

Studi Pustaka

Efikasi Diri

Efikasi diri merupakan keyakinan pada seseorang terhadap kemampuan untuk mengatur dan melaksanakan tindakan yang diperlukan untuk menghasilkan pencapaian tertentu yang telah ditentukan (Bandura, 1997). Efikasi diri memungkinkan seseorang untuk menjawab pertanyaan bagi diri mereka sendiri, dapatkah saya melakukan hal ini?. Hal ini atau hal itu dalam konteks pertanyaan diri ini merupakan situasi spesifik dari individu. Seseorang mungkin menemukan keyakinan efikasi diri bervariasi dari situasi ke situasi yang lain. Efikasi diri adalah konteks yang spesifik dan harus dipertimbangkan dengan hati-hati ketika situasi berubah. Perubahan metode dalam belajar, misalnya dari tatap muka ke daring, dapat mempengaruhi keyakinan efikasi diri peserta belajar. Terkait dengan kegiatan pembelajaran beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa keyakinan efikasi diri dibentuk oleh proses pembobotan kognitif menggunakan faktor-faktor seperti kinerja sebelumnya, persepsi diri tentang kemampuan, usaha yang dikeluarkan, kesulitan tugas, dan jumlah bantuan yang diterima (Bouffard-Bouchard, 2010). Oleh karena itu, pendidik harus fokus pada persepsi siswa tentang kemampuan mereka yang sebenarnya. Penelitian awal tentang efikasi diri dalam bidang akademik dilakukan oleh Brown & Inouye (1978) menggunakan mahasiswa laki-laki mempelajari pengaruh pengamatan model pemecahan anagram.

Penelitian efikasi diri terkait dengan pembelajaran daring menggunakan komputer telah dilakukan terkait dengan pembelajaran sistem informasi di tingkat sarjana (Karsten & Roth, 1998) studi ini menemukan bahwa tingkat efikasi diri dalam pembelajaran online menggunakan komputer yang lebih tinggi berkorelasi dengan peningkatan kinerja dalam pembelajaran sistem informasi komputer dan peningkatan pencapaian kompetensi. Lim (2009) menemukan bahwa self-efficacy adalah prediktor akurat kepuasan pelajar dalam pembelajaran berbasis Web.

Student Engagement

Istilah *engagement* telah digunakan dalam berbagai disiplin ilmu pengetahuan. Selama dua dekade terakhir menjadi perhatian dalam disiplin ilmu manajemen (*employee engagement*), sebelumnya istilah ini menjadi bagian dari ilmu psikologi (*social engagement*),

sosiologi (*civil engagement*) dan ilmu politik (*state engagement*). Sehingga definisi dari literatur yang ada sangat banyak dan bervariasi. Berbeda dengan disiplin ilmu lain konsep *engagement* dalam literatur ilmu pemasaran muncul belakangan, konsep *consumer engagement* dan *student engagement* digunakan dalam literatur akademik pemasaran dan pelayanan baru beberapa tahun terakhir (Brodie et al., 2011), sehingga belum ada satu definisi umum tentang *student engagement*, meskipun demikian ada berbagai definisi dan penerapan dari beberapa ahli.

Konsep *student engagement* pertama kali didefinisikan oleh Patterson et al. (2006). Dalam tulisannya Patterson menjelaskan tentang perilaku organisasi dan menjelaskan *student engagement* sebagai “tingkat keterlibatan fisik, pikiran dan emosi pelanggan dalam hubungannya dengan pelayanan perusahaan atau organisasi”. Vivek Shiri (2009) meneliti berbagai disiplin ilmu pengetahuan termasuk psikologi, sosiologi dan manajemen dan mendefinisikan keterlibatan konsumen sebagai intensitas partisipasi konsumen dan hubungannya dengan penawaran perusahaan atau organisasi. Definisi lain disampaikan oleh Bowden (2009) yang menyatakan *student engagement* adalah proses psikologis yang menggambarkan bentuk loyalitas pelanggan baru terhadap merek atau layanan, serta mekanisme dimana kesetiaan pelanggan dapat dipertahankan untuk melakukan pembelian berulang terhadap merek layanan.

Selanjutnya Brodie et al. (2011) melakukan Analisa yang lebih luas mengenai konsep *engagement* dalam ilmu sosial dan manajemen, kemudian menghasilkan definisi tentang *student engagement*. *Student engagement* (CE) adalah keadaan psikologis yang terjadi berdasarkan pengalaman interaktif dan kooperatif pelanggan dengan organisasi/objek tertentu (seperti merek) dalam pelayanan. Perbedaan konteks dan kondisi menghasilkan tingkat CE yang berbeda. Pengalaman tersebut hadir sebagai proses yang berulang dan dinamis dalam hubungan layanan yang menghasilkan nilai. CE memainkan peran sentral dalam hubungan sebab akibat untuk konsep layanan hubungan relasional lainnya (seperti keterlibatan dan loyalitas), yang merupakan anteseden atau konsekuensi dalam proses CE yang berulang. CE adalah konsep multidimensi yang terdiri dari dimensi kognitif, emosional dan perilaku (Brodie et al., 2011). Definisi yang disampaikan Brodie et al. (2011) dianggap sebagai definisi yang paling komprehensif dalam ilmu pemasaran, dan dianggap telah merangkum berbagai definisi lainnya tentang *student engagement*, dimana telah menyertakan dimensi kognitif, emosional dan perilaku konsumen dalam interaksinya dengan perusahaan.

Student Satisfaction

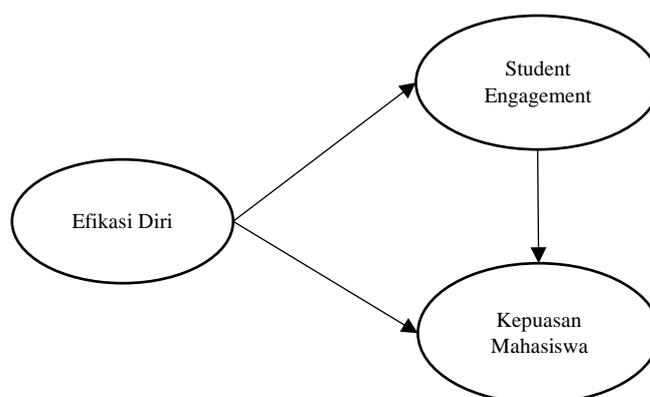
Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang. Sebagaimana diungkapkan Kotler & Keller (2017) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja yang dirasakan atau hasil suatu produk dengan harapan. Jika kinerjanya jauh dari harapan, pelanggan tidak puas. Jika itu sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Jika melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang. Kepuasan pelanggan dapat dipahami sebagai perbandingan antara layanan dan harapan terhadap kualitas produk atau jasa sebelum dan sesudah pembelian. Kepuasan pelanggan adalah *output* yang dihasilkan dari penilaian subyektif pelanggan atas kinerja yang diamati (Oliver, 1999).

Penelitian para ahli menyimpulkan, terdapat dua dimensi dari kepuasan pelanggan, yaitu kepuasan afektif dan kepuasan kognitif (Schleicher et al., 2004; Weiss, 2002). Dimensi kepuasan afektif mengacu pada perasaan positif atau negatif yang didapatkan seseorang terhadap target yang diidentifikasi, sedangkan dimensi kepuasan kognitif mengacu pada

keyakinan atau pemikiran seseorang terhadap target. Kepuasan afektif positif didefinisikan melalui perasaan waspada/selektif, antusias, bangga, dan tekad yang kuat (Schaufeli et al., 2002) menambahkan termasuk di dalam kepuasan afektif positif adalah dedikasi. Kepuasan mahasiswa dapat didefinisikan sebagai sikap jangka pendek yang dihasilkan dari evaluasi terhadap pengalaman pembelajaran mahasiswa, layanan pendidikan dan fasilitas kampus (Weerasinghe, 2017)

Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian kajian teori di atas, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini dituangkan dalam gambar 1 sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sebuah penelitian yang dilakukan terhadap mahasiswa sarjana dan pasca sarjana University of The Aegean di Yunani menguji hubungan antara efikasi diri penggunaan komputer dalam pembelajaran daring terhadap *student engagement*. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa efikasi diri adalah prediktor yang signifikan mempengaruhi *student engagement* pada tingkat korelasi (Pellas, 2014). Pada tingkat dimensi secara lebih terperinci Pellas mengungkapkan bahwa efikasi diri berpengaruh positif pada *emotional* dan *cognitive engagement*, tetapi tidak signifikan berpengaruh kepada *behavioural engagement*. Hasil penelitian serupa yang dilakukan oleh Wolverton et al. (2020) mengungkapkan bahwa efikasi mahasiswa dalam penggunaan komputer memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *student engagement*. Mengacu pada temuan penelitian-penelitian di atas maka hipotesis pertama penelitian ini adalah :

H1 : Efikasi Diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap *student engagement*.

Penelitian yang dilakukan oleh Gao et al. (2020) terhadap mahasiswa program studi pariwisata sebuah perguruan tinggi di Tiongkok menguji hubungan antara dimensi *cognitive engagement* dan *emotional engagement* sebagai variabel *student engagement* terhadap kepuasan mahasiswa. Hasilnya menunjukkan bahwa dimensi *cognitive engagement* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, sebaliknya dimensi *emotional engagement* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Penelitian lain yang dilakukan oleh Gray & Diloreto (2016) terhadap mahasiswa salah satu perguruan tinggi di Amerika Serikat mengungkapkan hasil yang sama bahwa *student engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan belajar mahasiswa. Berdasarkan uraian tersebut penulis mengajukan hipotesis kedua sebagai berikut:

H2 : *Student Engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa.

Prifti (2022) mengungkapkan hasil penelitian bahwa efikasi diri penggunaan *Learning Management System* dalam *blended learning* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Penelitian tersebut dilakukan terhadap mahasiswa Universitas Tirana, perguruan tinggi negeri terbesar di Albania. DeWitz & Walsh (2016) dalam penelitiannya juga mengungkapkan hasil yang sama dalam menguji hubungan antara tiga dimensi efikasi diri terhadap kepuasan belajar mahasiswa. Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas maka penelitian ini mengajukan hipotesis ketiga sebagai berikut :

H3 : Efikasi Diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Kuo et al. (2014) dalam pembelajaran daring mengungkapkan bahwa efikasi diri dalam penggunaan internet tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, hasil penelitian ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Pham & Nguyen (2021) pada model daring untuk pembelajaran bahasa pada salah satu perguruan tinggi di Vietnam. Berbeda dengan beberapa penelitian Prifti (2022) yang mengungkapkan bahwa efikasi diri merupakan variabel yang signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Di sisi lain penelitian juga mengungkapkan bahwa *student engagement* merupakan variabel yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa (Gao et al., 2020 dan Gray & Diloreto, 2016). Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis keempat penelitian ini adalah :

H4 : Efikasi Diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa melalui *student engagement*.

Metodologi

Untuk menguji hipotesis penelitian digunakan metode dekriptif kuantitatif yang menyertakan kuesioner pertanyaan pada skala likert 5 poin, dimulai 5 (sangat setuju) hingga 1 (sangat tidak setuju). Kuesioner dirancang untuk mengukur persepsi mahasiswa dan alumni sehubungan dengan citra perguruan tinggi, keterlibatan pelanggan dan kepuasan pelanggan. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling yang tergolong dalam nonprobability random sampling dengan kriteria sampel adalah mahasiswa perguruan tinggi vokasi pariwisata di Jakarta. Metode estimasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Maximum Likelihood*, dimana minimal 5 (lima) responden per variabel teramati akan mencukupi untuk distribusi normal (Bentler dan Chou, 1987). Jika mengacu pada pendapat Bentler dan Chou, maka jumlah responden dalam penelitian ini adalah 5 x 16 pertanyaan, yaitu 80 responden. Menurut Hair (2006), ukuran sampel yang dianjurkan dan secara umum diterima untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan penggunaan *Maximum Likelihood* adalah 100-200 sampel. Berdasarkan penjelasan di atas, dan untuk menghindari data responden yang tidak lengkap, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 314 responden. Data yang diperoleh dilakukan analisis data menggunakan teknik analisis Structural Equation Model menggunakan perangkat lunak Smart PLS 3.1.2. SEM-PLS adalah teknik analisis data multivariat generasi kedua untuk pemodelan kausal yang kompleks. Teknik ini juga dikenal sebagai varians-based pemodelan persamaan struktural. SEM-PLS juga merupakan metode nonparametrik yang tidak memerlukan asumsi distribusi dari data.

Hasil dan Diskusi

Karakteristik responden

Karakteristik responden pada penelitian ini dikategorikan berdasarkan jenis kelamin, usia, jenjang pendidikan, semester yang ditempuh saat ini, dan wilayah domisili sebagaimana disajikan pada tabel 1 berikut :

Tabel 1. Karakteristik Responden

| Kriteria | Keterangan | Frekuensi | % |
|--------------------|---------------------|-----------|------|
| Jenis Kelamin | Laki | 148 | 47,1 |
| | Perempuan | 166 | 52,9 |
| Usia | <20 th | 101 | 32,2 |
| | >20 th | 213 | 67,8 |
| Jenjang Pendidikan | Diploma Satu | 6 | 2 |
| | Diploma Dua | 1 | 0,3 |
| | Diploma Tiga | 219 | 69,7 |
| | Diploma Empat | 88 | 28 |
| Semester | Satu | 1 | 0,3 |
| | Dua | 96 | 30,6 |
| | Tiga | 2 | 0,6 |
| | Empat | 105 | 33,4 |
| | Lima | 6 | 1,9 |
| | Enam | 58 | 18,5 |
| | Tujuh | 1 | 0,3 |
| | Delapan | 45 | 14,3 |
| Wilayah Domisili | Jakarta Pusat | 18 | 5,7 |
| | Jakarta Timur | 118 | 37,6 |
| | Jakarta Selatan | 39 | 12,4 |
| | Jakarta Barat | 19 | 6,1 |
| | Lainnya (Bodetabek) | 120 | 38,2 |

Sumber: Hasil Analisis Data, 2022

Data pada tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebesar 52,9%, sebagian besar berusia di bawah 20 tahun dengan prosentase sebesar 67,8%. Responden yang merupakan mahasiswa perguruan tinggi vokasi sebagian besar menempuh jenjang pendidikan diploma tiga sebesar 69,7% dan mayoritas berada pada semester empat. Wilayah domisili responden sebagian besar berada di wilayah DKI Jakarta, dan 38,2% berada di wilayah bogor, depok tangerang atau bekasi.

Hasil Uji Outer Model

Evaluasi model pengukuran (outer model) yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Confirmatory Factor Analysis (CFA) yang mengukur convergent validity, discriminant validity, composite reliability, dan cronbach's alpha. Tabel 2 di bawah ini menyajikan nilai dari analisis CFA.

Tabel 2. Confirmatory Factor Analysis (CFA)

| Variabel Laten | Indikator | Outer Loadings | Composite Reliability (CR) | Alpha Cronbach | AVE |
|--------------------|-----------|----------------|----------------------------|----------------|-------|
| Efikasi Diri | EF1 | 0,803 | 0,899 | 0,860 | 0,642 |
| | EF2 | 0,806 | | | |
| | EF3 | 0,842 | | | |
| | EF4 | 0,758 | | | |
| | EF5 | 0,794 | | | |
| Student Engagement | ENG2 | 0,867 | 0,917 | 0,879 | 0,734 |
| | ENG3 | 0,884 | | | |
| | ENG4 | 0,866 | | | |
| | ENG6 | 0,808 | | | |
| | SAT1 | 0,894 | 0,943 | 0,924 | 0,769 |

| | | |
|--------------------|------|-------|
| | SAT2 | 0,906 |
| Kepuasan Mahasiswa | SAT3 | 0,916 |
| | SAT4 | 0,838 |
| | SAT5 | 0,826 |

Sumber: Hasil Analisis Data, 2022

Tabel 2 menunjukkan nilai seluruh outer loading setiap indikator lebih dari 0,70. Artinya, seluruh indikator variabel yang diamati dalam penelitian ini telah memenuhi syarat convergent validity. Sementara hasil discriminant validity diperoleh nilai koefisien AVE dari seluruh konstruk > 0,50, artinya semua konstruk penelitian ini valid. Nilai composite reliability dan nilai cronbach's alpha dari seluruh konstruk menunjukkan nilai lebih besar dari 0,70 sehingga dapat dinyatakan bahwa keseluruhan konstruk telah memenuhi syarat reliabilitas.

Hasil Uji Inner Model

Evaluasi model struktural (inner model) dalam penelitian ini menggunakan nilai inner VIF, R-Square (R²), Q-Square Predictive Relevance (Q²), dan Goodness of Fit (GoF). Hasil pengujian nilai inner VIF terdapat pada Tabel 3 berikut :

Tabel 3. Nilai Inner VIF

| Variabel | Efikasi Diri | <i>Student Engagement</i> | Kepuasan mahasiswa |
|---------------------------|--------------|---------------------------|--------------------|
| Efikasi Diri | | 1 | 2,431 |
| <i>Student Engagement</i> | | | 2,431 |
| Kepuasan Mahasiswa | | | |

Sumber: Hasil Analisis Data, 2022

Tahap awal yang dilakukan dalam pengujian inner model adalah menguji multikolinieritas antara konstruk variabel endogen dengan variabel eksogennya. Dari Tabel 2 keseluruhan nilai VIF bernilai kurang dari 5, maka diperoleh kesimpulan tidak adanya korelasi antar variable bebas yang kuat. Hasil pengujian inner model untuk R², Q² dan GoF terdapat pada Tabel 4 yang menginterpretasikan bahwa model struktural penelitian ini secara umum mempunyai sifat model moderat dan prediktif yang besar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini memiliki kemampuan yang tinggi dalam menjelaskan data empiris.

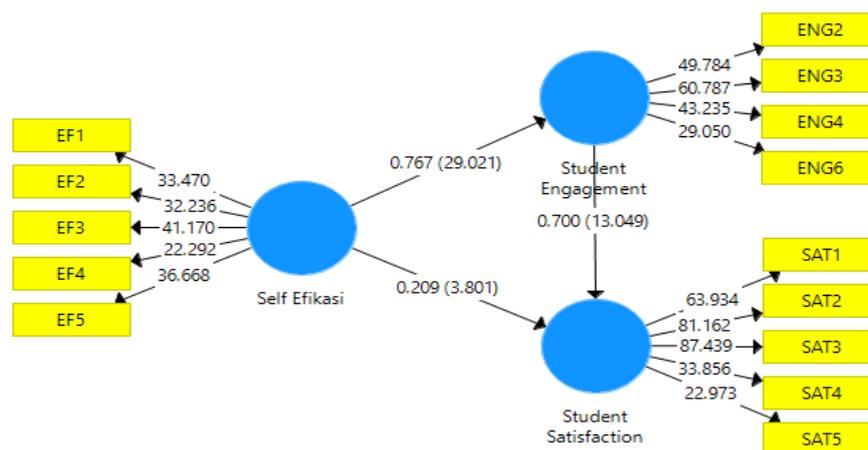
Tabel 4. Evaluasi Inner Model

| Variabel | R ² | Q ² | GoF |
|---------------------------|----------------|----------------|-------|
| Efikasi Diri | | | |
| <i>Student Engagement</i> | 0,589 | 0,425 | 0,694 |
| Kepuasan Mahasiswa | 0,759 | 0,578 | |

Sumber: Hasil Analisis Data, 2022

Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian

Hasil uji hipotesis ditunjukkan pada gambar 1 dan tabel 5 berikut :



Gambar 1. Permodelan SEM

Tabel 5. Koefisien Jalur Antar Variabel

| Hubungan Antar Konstruk | Koefisien Jalur | T Statistik | P Values | Kesimpulan |
|---|-----------------|-------------|----------|------------|
| Pengaruh Langsung | | | | |
| Efikasi Diri → <i>Student Engagement</i> | 0,767 | 29,021 | 0.000 | Diterima |
| <i>Student Engagement</i> → Kepuasan Mahasiswa | 0,700 | 13,049 | 0.000 | Diterima |
| Efikasi Diri → Kepuasan Mahasiswa | 0,209 | 3,801 | 0.000 | Diterima |
| Pengaruh Tidak Langsung | | | | |
| Efikasi Diri → <i>Student Engagement</i> → Kepuasan Mahasiswa | 0,537 | 12,706 | 0.000 | Diterima |

Sumber: Hasil Analisis Data, 2022

Hasil uji hipotesis pada Gambar 1 dan Tabel 5 diatas, menyimpulkan bahwa brand image memiliki pengaruh signifikan terhadap social media engagement, dengan nilai t-statistik > t-tabel dan P-value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga H1 diterima. Demikian juga dengan social media engagement terhadap kepuasan pelanggan dan brand image terhadap kepuasan pelanggan memiliki t-statistik yang lebih besar dari t-tabel dan p-value yang lebih kecil dari 0,05, sehingga H2 dan H3 juga diterima. Pengaruh tidak langsung brand image terhadap kepuasan pelanggan yang dimediasi oleh social media engagement juga memiliki nilai t-statistik > t-tabel serta P-value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 sehingga H4 diterima.

Discussion

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa efikasi diri mahasiswa dalam pembelajaran *blended* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *student engagement*. Nilai outer loading mengindikasikan bahwa efikasi diri mahasiswa dalam *blended learning* pada perguruan tinggi vokasi pariwisata dominan direfleksikan oleh indikator EF3 (*Strenght*). Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri mahasiswa dalam penggunaan aplikasi daring dalam pembelajaran *blended* merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan *engagement* mahasiswa dalam model pembelajaran campuran daring dan luring. Hipotesis pertama ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh (Pellas, 2014 dan Wolverton et al., 2020). Semakin tinggi tingkat efikasi diri mahasiswa dalam penggunaan aplikasi pembelajaran daring yang dipadukan dengan pembelajaran luring akan semakin meningkatkan *engagement* mahasiswa dalam model pembelajaran *blended* tersebut.

Hipotesis kedua penelitian ini mengungkapkan bahwa *student engagement* berpengaruh positif pada kepuasan mahasiswa. Indikator yang dominan merefleksikan *engagement* mahasiswa dalam pembelajaran daring adalah ENG3 (*Emotional Engagement*). Indikator ini menunjukkan bahwa rasa senang mahasiswa dalam pembelajaran daring yang dipadukan dengan pembelajaran luring menjadi faktor yang paling besar mempengaruhi kepuasan mahasiswa dalam pembelajaran *blenden*. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gao et al. (2020) dan Gray & Diloreto (2016) khususnya untuk dimensi emosional pada variabel *student engagement*.

Hipotesis ketiga penelitian menyimpulkan bahwa efikasi diri mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Efikasi diri mahasiswa yang direfleksikan dengan kemampuan untuk menyesuaikan diri, kepercayaan diri dan rasa nyaman terhadap pembelajaran *blended* serta penggunaan aplikasi pembelajaran daring merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Indikator terbesar yang merefleksikan kepuasan mahasiswa dalam pembelajaran daring adalah SAT3 (terpenuhinya kebutuhan pengetahuan dan keilmuan melalui pembelajaran *blended*) dan SAT4 (kesediaan dan kesukaan untuk mengikuti model pembelajaran *blended* lainnya). Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya Prifti (2022), namun bertentangan dengan penelitian dari Kuo et al. (2014) dan Pham & Nguyen (2021).

Pengaruh tidak langsung antara efikasi diri terhadap kepuasan mahasiswa yang dimediasi oleh *student engagement* adalah hipotesis keempat penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan hasil yang positif dan signifikan dalam hubungan tidak langsung tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa *student engagement* semakin menguatkan pengaruh yang positif dan signifikan dalam hubungan antara variabel efikasi diri dan kepuasan mahasiswa dalam pembelajaran *blended*. Semakin tinggi dan kuat efikasi diri mahasiswa dalam pembelajaran *blended* yang diikuti dengan tingginya *engagement* mahasiswa selama proses pembelajaran baik saat luring maupun daring akan semakin meningkatkan kepuasan mahasiswa dalam proses pembelajarannya.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa efikasi diri mahasiswa dalam pembelajaran *blended* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *student engagement*, *student engagement* berpengaruh positif pada kepuasan mahasiswa, efikasi diri mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dan efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa yang dimediasi oleh *student engagement*. Kesimpulan penelitian ini mengkonfirmasi dan menegaskan beberapa hasil penelitian sebelumnya bahwa efikasi diri mahasiswa *engagement* mahasiswa dalam model pembelajaran campuran daring dan luring akan meningkatkan kepuasan belajar mahasiswa. Kepuasan mahasiswa tersebut direfleksikan terutama pada rasa senang dan manfaat yang diterima selama mengikuti perkuliahan *blended* dan bantuan yang dirasakan mahasiswa untuk memahami penggunaan aplikasi pembelajaran daring yang pada akhirnya memberikan kepuasan mahasiswa dalam pembelajaran. Kemampuan mahasiswa dalam menyesuaikan diri, rasa percaya diri dan harapan untuk memperoleh hasil yang baik dalam model pembelajaran *blended* adalah indikator-indikator utama yang merefleksikan efikasi diri mahasiswa.

Penelitian ini memiliki keterbatasan jumlah variabel terkait model pembelajaran *blended* yang diteliti yaitu hanya variabel efikasi diri, *student engagement* dan kepuasan belajar mahasiswa serta objek penelitian pada perguruan tinggi vokasi pariwisata di Jakarta yang memiliki cukup fasilitas dalam pembelajaran daring. Untuk penelitian selanjutnya dapat dikembangkan berbagai variabel terkait yang lain seperti persepsi mahasiswa, motivasi, dan

performa belajar. Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas objek penelitian untuk mahasiswa perguruan tinggi vokasi di luar bidang pariwisata.

Implikasi

Hasil penelitian ini memberikan implikasi manajerial bagi manajemen perguruan tinggi vokasi pariwisata untuk meningkatkan pengelolaan pembelajaran campuran daring dan luring. Pengelolaan pembelajaran daring dengan aplikasi yang memberikan mahasiswa kemudahan untuk memahami materi pembelajaran dan mendukung pembelajaran luring menjadi faktor sukses model pembelajaran *blended* di perguruan tinggi khususnya perguruan tinggi vokasi. Model pembelajaran daring yang dilakukan selama pandemi covid-19 kemudian pembelajaran *blended* yang diterapkan terutama oleh perguruan tinggi vokasi di masa pasca pandemi (*new normal*) membutuhkan perencanaan dan kreatifitas bagi dosen pengajar sehingga target pembelajaran dan kompetensi yang diharapkan dari hasil pembelajaran dapat tercapai dengan maksimal. Pada akhirnya semua hal tersebut akan meningkatkan kepuasan mahasiswa dalam belajar dan meningkatkan daya saing perguruan tinggi itu sendiri.

References

- Bandura, A. (1997). *A History of Psychology in Autobiography*. American Psychological Association.
- Bouffard-Bouchard, T. (2010). Influence of Self-Efficacy on Performance in a Cognitive Task. [Http://Dx.Doi.Org/10.1080/00224545.1990.9924591](http://Dx.Doi.Org/10.1080/00224545.1990.9924591), 130(3), 353–363. <https://doi.org/10.1080/00224545.1990.9924591>
- Bowden, J. L. (2009). THE PROCESS OF CUSTOMER ENGAGEMENT: A CONCEPTUAL FRAMEWORK. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 17(1), 63–74. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679170105>
- Brodie, R., Hollebeek, L. ., Ilic, A., & Juric, B. (2011). Customer engagement : Conceptual domain , fundamental propositions , and implications for research. *Journal of Service Research*, 14(3)(May 2019), 252–271.
- Brown, I., & Inouye, D. K. (1978). Learned helplessness through modeling: The role of perceived similarity in competence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36(8), 900–908. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.36.8.900>
- DeWitz, S. J., & Walsh, W. B. (2016). Self-Efficacy and College Student Satisfaction: <Http://Dx.Doi.Org/10.1177/10672702010003003>, 10(3), 315–326. <https://doi.org/10.1177/10672702010003003>
- Gao, B. W., Jiang, J., & Tang, Y. (2020). The effect of blended learning platform and engagement on students' satisfaction—— the case from the tourism management teaching. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 27(November 2019), 100272. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2020.100272>
- Gray, J. A., & Diloreto, M. (2016). The Effects of Student Engagement, Student Satisfaction, and Perceived Learning in Online Learning Environments. *NCPEA International Journal of Educational Leadership Preparation*, 11(1).
- Karsten, R., & Roth, R. M. (1998). Computer self-efficacy: A practical indicator of student computer competency in introductory IS courses. *Informing Science*, 1(3), 61–68. <https://doi.org/10.28945/615>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson India.
- Kuo, Y. C., Walker, A. E., Belland, B. R., Schroder, K. E. E., & Kuo, Y. T. (2014). A case study of integrating interwise: Interaction, internet self-efficacy, and satisfaction in synchronous online learning environments. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 15(1), 161–181. <https://doi.org/10.19173/IRRODL.V15I1.1664>

- Lim, C. K. (2009). Computer self-efficacy, academic self-concept, and other predictors of satisfaction and future participation of adult distance learners. *Http://Dx.Doi.Org/10.1080/08923640109527083*, 21(1), 41–51. <https://doi.org/10.1080/08923640109527083>
- Matsuyama, Y., Nakaya, M., Okazaki, H., Lebowitz, A. J., Leppink, J., & Van Der Vleuten, C. (2019). Does changing from a teacher-centered to a learner-centered context promote self-regulated learning: A qualitative study in a Japanese undergraduate setting. *BMC Medical Education*, 19(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/S12909-019-1550-X/FIGURES/1>
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*, 63, 33–44. <https://doi.org/10.2307/1252099>
- Patterson, P., Ting, Y., & Ruyter, K. de. (2006). Understanding Customer Engagement in Services. *Proceedings of ANZMAC 2006 Conference*.
- Pellas, N. (2014). The influence of computer self-efficacy, metacognitive self-regulation and self-esteem on student engagement in online learning programs: Evidence from the virtual world of Second Life. *Computers in Human Behavior*, 35, 157–170. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.02.048>
- Pham, T. N., & Nguyen, G. H. (2021). An Investigation of Student Satisfaction in an Online Language Learning Course. *International Journal of Web-Based Learning and Teaching Technologies*, 16(5), 121–136. <https://doi.org/10.4018/IJWLTT.20210901.OA7>
- Prifti, R. (2022). Self-efficacy and student satisfaction in the context of blended learning courses. *Open Learning : The Journal of Open, Distance and ELearning*, 37(2), 111–125. <https://doi.org/10.1080/02680513.2020.1755642>
- Schaufeli, W., Salanova, M., & González-Romá, V. (2002). The Measurement of Engagement and Burnout: A Two Sample Confirmatory Factor Analytic Approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71–92. <https://doi.org/10.1023/A:1015630930326>
- Schleicher, D., Watt, J., & Greguras, G. (2004). Reexamining the Job Satisfaction-Performance Relationship: The Complexity of Attitudes. *The Journal of Applied Psychology*, 89, 165–177. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.89.1.165>
- Vivek, S. D. (2009). *A Scale of Consumer Engagement. Doctor of Philosophy Dissertation, Department of Management & Marketing, Graduate School–The University of Alabama*.
- Weerasinghe, S. (2017). *Students' Satisfaction in Higher Education Literature Review. American Journal of Educational Researc*.
- Weiss, H. (2002). Deconstructing job satisfaction: Separating evaluations, beliefs and affective experiences. *Human Resource Management Review*, 12, 173–194.
- Wolverton, C. C., Guidry Hollier, B. N., & Lanier, P. A. (2020). The Impact of Computer Self Efficacy on Student Engagement and Group Satisfaction in Online Business Courses. *Electronic Journal of E-Learning*, 18(2), pp175-188-pp175-188. <https://doi.org/10.34190/EJEL.20.18.2.006>
- Zohrabi, M., Torabi, M., & Baybourdiani, P. (2012). Teacher-centered and/or Student-centered Learning: English Language in Iran. *English Language and Literature Studies*, 2. <https://doi.org/10.5539/ells.v2n3p18>