

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 2010). Teknik analisis data pada penelitian ini adalah dengan teknik analisis survey research yang bersifat kuantitatif. dengan kuesioner sebagai alat pengambilan data. Penelitian survey research adalah penelitian yang dilakukan dengan cara kuesioner yang diberikan kepada beberapa sampel dari suatu populasi (Hasibuan, 2007). Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Penelitian ini dilakukan pada siswa SMA Favorit Lulusan tahun 2020. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi pengetahuan *brand awareness* siswa SMA Favorit Kota Jombang lulusan tahun 2020 dalam mengetahui merek STIE PGRI Dewantara Jombang. Selain ingin mengetahui sejauh mana siswa SMA Favorit Kota Jombang lulusan tahun 2020 dalam mengenal dan mengetahui merek STIE PGRI Dewantara Jombang, penelitian ini juga ingin mengetahui sejauh mana kesadaran merek siswa SMA Favorit Kota Jombang lulusan tahun 2020 terhadap STIE Dewantara Jombang. Melalui penelitian ini, nantinya akan diketahui presentase *brand awareness* pada setiap tingkatan yang ada pada *brand awareness* yaitu *top of mind*, *brand recall*, *brand recognition*, *unware of brand*.

### 3.2 Lokasi dan Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kampus STIE PGRI Dewantara Jombang yang beralamatkan di Jl. Prof. Moh. Yamin No.77, Pandanwangi, Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61471. Obyek dari penelitian ini adalah *brand awareness* (kesadaran merek) siswa SMA Favorit Kota Jombang terhadap STIE PGRI Dewantara Jombang.

### 3.3 Pengukuran Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

#### 3.3.1 Pengukuran Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014) variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga diperoleh informasi mengenai hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah *brand awareness* (kesadaran merek).

#### 3.3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional menurut Sugiyono (2014) adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menpesifikkan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

Mengacu pada konsep (A.Aaker, 1991) *brand awarenss* didalam penelitian ini adalah kemampuan oleh para siswa SMA Favorit lulusan tahun 2020 yang akan melanjutkan dan memiliki keinginan studi lanjut untuk mengenal STIE PGRI Dewantara Jombang diantara Perguruan Tinggi lain di Kota Jombang pada level tertentu, yang diukur dengan menggunakan indikator dari (A.Aaker, 1991) sebagai berikut :

1. *Top of Mind* (puncak pikiran)

Pada *level top of mind* adalah kemampuan dalam memberi jawaban atas pertanyaan tanpa dipandu. Jawaban pertama kali yang disebutkan menunjukkan *top of mind*.

2. *Brand Recall* (pengingatan kembali terhadap merek)

*Brand recall* adalah kemampuan dalam mengetahui dan mengingat Perguruan Tinggi apa saja di Jombang tanpa dipandu.

3. *Brand Recognition* (pengenalan merek)

*Brand recognition* adalah kemampuan siswa mengenal STIE PGRI Dewantara Jombang setelah dipandu dengan dibantu menunjukkan ciri-ciri dari STIE PGRI Dewantara Jombang. Jawaban pada kategori ini bisa menunjukkan *brand recognition* atau *unware of brand*.

4. *Unware of Brand* (tidak menyadari merek)

Pada kategori ini–siswa menyadari adanya STIE PGRI Dewantara Jombang. Untuk mengukur *unware of brand* dapat dilakukan dengan cara observasi terhadap pertanyaan *brand awareness* sebelumnya dengan melihat responden yang menjawab dengan jawaban tidak mengenali sama sekali atau menjawab tidak tahu ketika ditunjukkan gambar logo yang menunjukkan ciri-ciri merek tersebut.

### 3.3.3 Skala dan Pengukuran

Penelitian yang dilakukan menggunakan alat bantu berupa kuesioner atau angket, dan jawaban dari responden tersebut akan diukur dengan tabulasi data yang kemudian dilakukan perhitungan secara presentase. Pada penelitian ini, responden menjawab pertanyaan yang didasarkan pada teori *brand awareness* (kesadaran merek). Nilai tersebut kemudian akan dijumlahkan dan menjadi nilai keseluruhan. Nilai keseluruhan tersebut yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam tingkatan *brand awareness* yang meliputi *top of mind* (puncak pikiran), *brand recall* (pengingatan kembali merek), *brand recognition* (pengenalan merek), dan *unware of brand* (tidak menyadari merek).

### 3.4 Populasi dan Sampel

#### 3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 2010). Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah siswa SMA Favorit (SMA Negeri 1 Jombang, SMA Negeri 2 Jombang, SMA Negeri 3 Jombang lulusan tahun 2020).

**Tabel 3.1**

**Asal Sekolah SMA Favorit Kota Jombang & Jumlah Siswa Kelulusan Tahun 2020**

Nomor	Nama atau Sekolah SMA Favorit Kota Jombang	Jumlah Siswa dan siswi kelulusan tahun 2020
1	SMA Negeri 1 Jombang	290
2	SMA Negeri 2 Jombang	310
3	SMA Negeri 3 Jombang	315
Jumlah	3 Sekolah Menengah Atas Negeri	915

Tabel 3.1 menjelaskan gambaran asal sekolah SMA Favorit dan jumlah siswa lulusan tahun 2020 dengan jumlah 915 siswa yang menjadi subyek atau responden dalam penelitian.

#### 3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 2010). Untuk menentukan sebuah sampel dilakukan sebuah sampling. Teknik sampling merupakan teknik

pengambilan suatu sampel. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampling dengan metode slovin.

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Total Populasi

e : Toleransi Error

Berdasarkan metode Slovin tersebut, maka akan diketahui seberapa besar jumlah sampel sebagai responden penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa SMA Favorit (SMA Negeri 1 Jombang, SMA Negeri 2 Jombang, SMA Negeri 3 Jombang).

Jumlah siswa SMA Favorit (SMA Negeri 1, SMA Negeri 2, SMA Negeri 3 Jombang) lulusan tahun 2020 adalah 915 orang. Jumlah siswa digunakan sebagai responden penelitian karena jumlah tersebut merupakan jumlah siswa SMA Favorit (SMA Negeri 1, SMA Negeri 2, SMA Negeri 3 Jombang) lulusan tahun 2020 Kota Jombang yang menjadi potensi calon mahasiswa baru perguruan tinggi Kota Jombang yang digunakan sebagai responden penelitian. Seluruh siswa diperoleh populasi sebanyak 915 orang. Setelah diketahui jumlah populasi, selanjutnya ditentukan berapa jumlah sampel, dengan batas toleransi eror sebanyak 10% maka perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{915}{1+915(0,1^2)} = 90,14$$

Hasil perhitungan diatas yaitu 90,14 dan dibulatkan menjadi 90 orang. Jadi jumlah sampel yang akan digunakan sebagai responden penelitian yaitu sebesar 90 orang siswa SMA Favorit Kota Jombang.

### **3.5 Jenis Data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data**

#### **3.5.1 Jenis Data dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif, yang berupa jawaban responden mengenai suatu situasi maupun kondisi. Jawaban dari responden tersebut merupakan wujud gambaran yang diberikan oleh responden. Oleh sebab itu, data dari responden diolah kembali menjadi bentuk skala pada kuisioner.

##### **3.5.1.1 Data Primer**

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan adalah sumber data primer. Menurut (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 2014) menyatakan bahwa : “sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.”. Data primer diambil dari narasumber yang ditunjuk atas kesesuaian responden penelitian. Dalam hal ini peneliti melakukan pengambilan sumber data primer dengan cara membagikan kuisioner kepada siswa SMA Favorit Kota Jombang.

##### **3.5.1.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung (ada perantara), baik berupa keterangan maupun literatur yang berkaitan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini, data sekunder bersumber dari studi pustaka melalui berbagai buku, jurnal, dan artikel yang diambil dari internet.

#### **3.5.2 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 2014). Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan kuisioner dan observasi. Berikut adalah uraian teknik pengumpulan data yang akan digunakan peneliti.

### 3.6 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 2010). Setelah dilakukan pengumpulan data dari berbagai macam data yang diperoleh kemudian peneliti menganalisis data, dalam hal ini mencari dan menyusun data secara sistematis dari hasil kuesioner dengan cara mengkategorikan data, menjelaskan data menjadi beberapa bagian, lalu menarik kesimpulan agar mudah dipahami dan ditampilkan.

#### 1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Data yang diperoleh saat dilapangan berjumlah banyak dan bermacam-macam, maka perlu dilakukan ketelitian terperinci. Reduksi data merupakan data yang telah disimpulkan menjadi beberapa pembahasan pokok, memilih data yang sesuai menentukan tema serta pola data, dan menyisihkan pembahasan yang tidak diperlukan. Reduksi adalah proses, penyederhanaan, penggolongan dan membuang data yang tidak diperlukan dan mengubahnya menjadi informasi yang bermakna. Manfaat reduksi data yaitu memudahkan cara mengumpulkan data yang harus dilakukan selanjutnya untuk peneliti. Dalam hal ini reduksi data dan tujuan penelitian sebagai pedoman.

#### 2. *Data Display* (Penyajian Data)

Tahap selanjutnya sesudah mereduksi data yaitu penyajian data. Penyajian data dilakukan dalam bentuk penjelasan yang singkat, bagan-bagan, flowchart, keterkaitan antar bagian, atau dalam bentuk yang lain. Didalam penyajian data diperlukan tahap pengelompokan data dan penyusunan sampai terstruktur dan peneliti dapat memahami hasil penyajian data. Perlu mencermati di penyajian data karena tidak mudah dan penelitian bersifat fenomenologi yang bersifat kompleks dan dinamis. Jika rumusan masalah yang telah

dituliskan dapat di dukung oleh data yang diperoleh. Maka rumusan masalah dapat dibuktikan.

### 3. *Conclusion Drawing/verification*

Langkah terakhir dalam analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi. Kesimpulan yang telah dibuat pada tahapan sebelumnya, hasil penelitian dan temuan-temuan baru akan diubah menjadi kesimpulan yang lebih bulat. Analisis data ini dimulai dengan menelaah seluruh data dari berbagai sumber yaitu dari hasil kuesioner selama proses penelitian hingga ditemukannya data jenuh dan diubah menjadi pernyataan bermakna yang muncul dari data yang diperoleh.

#### **3.6.1 Analisa Data Deskriptif**

Analisis deskriptif statistik digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014). Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden yang menjadi sampel penelitian. Setelah data terkumpul diolah dan dianalisa deskriptif, yang dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang dikelilingi dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan, subjek atau objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Data disajikan dalam bentuk tabel dengan angka-angka presentase dilengkapi dengan uraian-uraian.

#### **3.6.2 Analisa Data *Brand Awareness***

Analisa data pada *brand awareness* (kesadaran merek) dimulai dari tabulasi data angket kuesioner dilanjutkan dengan pemilahan data angket kuesioner mengenai *top of mind* (puncak pikiran), *brand recall* (ingatan kembali merek), *brand recognition* (pengenalan merek), dan *unware of brand* (tidak menyadari merek) untuk kemudian dilakukan perhitungan secara presentase.