

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian merupakan suatu proses yang dilaksanakan selama jangka waktu tertentu, dan membutuhkan pengorbanan yang tidak sedikit. Dalam desain penelitian memuat rencana tentang informasi relevan yang dibutuhkan dalam penelitian, sumber-sumber khusus dari mana informasi diperoleh, strategi untuk mengumpulkannya dan bagaimana menganalisisnya. Peneliti ini menggunakan jenis penelitian Kuantitatif. Menurut Suliyanto (2018), jenis penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data kuantitatif dimana data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka dan bilangan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode survey dalam mengumpulkan data. Metode survey merupakan metode pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis. Survey ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Es Teh Indonesia Cabang Kedaton Bandar Lampung. Melalui penelitian ini nantinya akan diketahui presentase kesadaran merek pada setiap tingkatan yang ada pada *brand awareness* yaitu, *top of mind*, *brand recall*, *brand recognition*, dan *unaware of brand*.

3.2 Sumber Data

Data penelitian merupakan faktor penting yang akan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Data merupakan sumber atau bahan yang akan digunakan dalam suatu penelitian. Sumber data terdiri dari data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden mengenai kesadaran merek (*brand awareness*) Es Teh Indonesia Cabang Kedaton Bandar Lampung. kesadaran merek yang akan diperoleh dari responden akan dikelompokkan pada 4 tingkatan kesadarn merek yaitu *Top Of Mind*, *Brand Recall*, *Brand Recognition*, *Unaware Of Brand*.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan sejumlah informasi yang dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan. dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang berisi daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan dijawab oleh responden Suliyanto (2018). Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang berisi daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan dijawab oleh responden. Teknik kuesioner ini dilakukan dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan yang harus diisi langsung oleh responden.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Suliyanto (2018) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh tim peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen yang melakukan Pembelian pada ES Teh Indonesia Cabang Kedaton Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Menurut Suliyanto (2018) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Non Probability Sampling* yang berarti peluang anggota populasi untuk terpilih menjadi sampel tidak diketahui Suliyanto (2018). Dengan karakteristik populasi yang ada dalam penelitian ini menggunakan metode *Convenience Sampling* yaitu metode mengumpulkan informasi dari anggota populasi yang dengan senang hati bersedia memberikannya dengan kata lain pengambilan sampel yang mudah Suliyanto (2018). Dalam penelitian ini jumlah kuesioner yang disebar sebanyak 100 kuesioner. Proses penyebarannya yaitu dengan cara peneliti mendatangi responden dan menunggu responden dalam melakukan pengisian kuesioner, sehingga kuesioner yang disebar 100% tidak ada yang rusak.

3.5 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya Suliyanto (2018). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel adalah *Brand Awareness* pada ES Teh Indonesia Cabang Kedaton Bandar Lampung.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep variable	Definisi Operasional Indikator Variabel	Indikator	Skala ukur
<i>Brand Awareness</i>	Menurut Kotler dan Keller, (2016), Brand awareness (kesadaran merek) adalah kemampuan untuk mengidentifikasi (mengakui atau mengingat) merek dalam kategori, dengan cukup rinci untuk melakukan pembelian.	Menunjukkan merek/symbol Universitas yang paling diingat	<i>Top of mind</i>	Ordinal
		Menunjukkan kecepatan dalam mengingat sebuah merek/symbol	<i>Brand recall</i>	Ordinal
		Menunjukkan tingkat minimal kesadaran dalam mengingat karakteristik sebuah merek/symbol	<i>Brand recognition</i>	Ordinal
		Menunjukkan tingkat rendahnya kesadaran /kesulitan dalam mengartikan sebuah merek/symbol	<i>Unaware of brand</i>	Ordinal

3.7 Metode Analisis Data

Didalam penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah analisis diskriptif, yaitu metode yang menganalisis satu atau lebih variabel tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain (Suliyanto, 2018). Penyajian hasil-hasil analisis diskriptif dalam penelitian berupa frekuensi dan presentase serta diagram dan tabel. Dari jumlah skor jawaban responden yang diperoleh kemudian disusun kriteria penilaian untuk setiap item pertanyaan. Metode yang digunakan adalah sebagai berikut : Hasil pengoperasian variabel disusun dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan (kuesioner/angket) dimana *Top Of Mind*, *Brand Recall*, *Brand Recognition*, *Brand Unaware*. setiap item dari kuesioner tersebut memiliki lima jawaban dengan bobot atau nilai yang berbeda.