

**ANALISIS *BRAND AWARENESS* INSTITUT INFORMATIKA DAN
BISNIS DARMAJAYA DI BANDAR LAMPUNG**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Suharto Cahyaning Utama

1412110188

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA
BANDAR LAMPUNG
2019**



PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini, menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi atau karya pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis dibaca dalam naskah ini dan disebut dalam daftar pustaka. Karya ini adalah milik saya dan pertanggung jawaban sepenuhnya berada dipundak saya.

Bandar Lampung, 25 Februari 2018



Suharto Cahyaning Utama
NPM. 1412110188

HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL : ANALISIS BRAND AWARENESS IIB DARMAJAYA DI BANDAR LAMPUNG

NAMA : Suharto Cahyaning Utama

NPM : 1412110188

JURUSAN : Manajemen

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam sidang Tugas Penutup Studi guna memperoleh gelar **SARJANA EKONOMI** pada **JURUSAN MANAJEMEN IIB DARMAJAYA.**



Muhammad Saputra, S.E., M.M

NIK.14021016

Ketua Jurusan,



Aswin, S.E., M.M.

NIK. 10190605

HALAMAN PENGESAHAN

Pada tanggal 25 Februari 2018 telah diselenggarakan sidang skripsi dengan judul:
ANALISIS BRAND AWARENESS IIB DARMAJAYA DI BANDAR LAMPUNG Untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar **SARJANA EKONOMI** bagi mahasiswa :

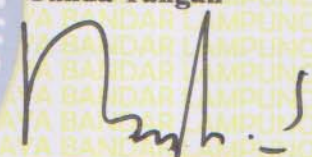
Nama : Suharto Cahyaning Utama

NPM : 1412110188

Jurusan : MANAJEMEN


Dan telah dinyatakan **Lulus** oleh Dewan Penguji yang terdiri dari :

Nama	Status	Tanda Tangan
-------------	---------------	---------------------

1. Novita Sari, S.SoS., M.M	Ketua Sidang	
------------------------------------	---------------------	---

2. Andri Winata, S.E., M.Sc	Anggota	
------------------------------------	----------------	---

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Ekonomi
IIB Darmajaya


Dr. Anuar Sanusi, S.E., M.Si
NIK. 30010203

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Suharto Cahyaning Utama, dilahirkan di Tanjung Karang, Bandar Lampung pada tanggal 27 Juli 1995. Penulis merupakan anak pertama yang merupakan buah kasih pernikahan antara Bapak Syaiful Bahri dan Ibu Sukma Yanti

Pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SDN 1 Pelita Bandar Lampung dan diselesaikan pada tahun 2007. Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 9 Bandar Lampung dan diselesaikan pada tahun 2011. Kemudian melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Perintis 2 Bandar Lampung dan Lulus pada tahun 2014.

Tahun 2014, penulis terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan Manajemen pada Jenjang Strata satu di Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya. Penulis melakukan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat di Desa Sukaharjo 2 Kecamatan Sukaharjo Kabupaten Prinsewu pada tahun 2017.

Bandar Lampung, 25 February 2019

Suharto Cahyaning Utama
NPM: 1412110188

PERSEMBAHAN

الرَّحِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala anugrah dan kasih sayangnya yang sangat melimpah sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dan kupersembahkan kepada :

Kepada Kedua orang tuaku, Ayah dan Ibuku Syaiful Bahri dan Sukma Yanti yang sangat aku sayangi, terima kasih doa, kasih sayang, bimbingan, dana, semangat serta kesabaran yang telah diberikan kepadaku dan yang tak pernah bosan mengajarkankanku apa arti dari sebuah perjuangan dan hidup ini.

Terima kasih kepada kakek dan nenekku setiap doa, curahan kasih sayang, pelajaran hidup, dan selalu memberikan semangat untukku

Terima kasih kepada adik-adikku Agung Dwi Brata dan Silfira Putri Cahyaning yang selalu mendukungku dengan doa dan semangat kalian.

Untuk keluarga besarku, dan teman-teman yang tidak dapat satu persatu disebutkan. Terima kasih atas dukungannya untuk menyelesaikan penelitian ini,

Dan

Para pendidik dan Almamaterku tercinta IIB Darmajaya

MOTTO

**SEMAKIN BERANI DIRIMU.. MAKA SEMAKIN BANYAK YANG BISA
KAMU CAPAI, JANGAN PERNAH TAKUT UNTUK SELALU MENCoba**

(Suharto Cahyaning Utama)

**Dalam Hal Prinsip Berdirilah Seperti Batu, Dalam Hal Komitmen Berenanglah
Dengan Arus**

(Suharto Cahyaning Utama)

ABSTRAK

ANALISIS BRAND AWARENESS IIB DARMAJAYA DI BANDAR LAMPUNG

Oleh:

Suharto Cahyaning Utama

IIB Darmajaya merupakan perguruan tinggi swasta di bandar Lampung yang berbentuk institut. Sebagai penyedia jasa perguruan tinggi swasta, saat ini IIB Darmajaya menyediakan program pendidikan strata 1 (S1), strata 2 (S2) serta diploma 3 (D3).. Berdasarkan fenomena terjadi adalah proporsi jumlah siswa ada periode 2017/2018 jumlah mahasiswa asal SMA/SMK dan MA Bandar Lampung mengalami peningkatan 1 orang menjadi 355 orang dari periode sebelumnya. Penelitian ini bertujuan menganalisis *Brand Awareness* IIB Darmajaya di Bandar Lampung. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling* dengan teknik *Cluster Sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 190 responden. Hasil analisis *Brand Awareness* pada *Top Of Mind* ditempati oleh perguruan tinggi Universitas Lampung. Pada hasil *Brand Recall* ditempati Oleh perguruan tinggi UBL. Hasil analisis *Brand Recognition* dimana peminatan kembali responden melalui bantuan berbentuk pernyataan. Didapatkan hasil responden mengenal dan mengetahui IIB Darmajaya dan hasil *Unaware Brand* masih terdapat responden yang belum mengetahui tentang perguruan tinggi IIB Darmajaya.

Kata Kunci : Brand Awareness, IIB Darmajaya, Bandar Lampung

ABSTRACT

BRAND AWARENESS ANALYSIS OF IIB DARMAJAYA BANDAR LAMPUNG

By:
Suharto Cahyaning Utama

IIB Darmajaya is a private university in Bandar Lampung in the form of an institute. As a provider of private tertiary institutions, currently IIB Darmajaya provides strata 1 (S1), strata 2 (S2) and Diploma 3 (D3) education programs. Based on the presentation graph the number of high school / vocational school and MA students who enrolled at Darmajaya IIB was 2% of the total graduates of SMA / SMK and MA students in Bandar Lampung city in 2018. The objective of the study was to analyze the *Brand Awareness* of IIB Darmajaya Bandar Lampung. This type of research was the descriptive research. The sampling in this study used the *Non-probability Sampling* with the Cluster Sampling technique. The number of the sample in this study was 190 respondents. The result of the Brand Awareness analysis on *Top of Mind* was occupied by the University of Lampung University. The result of *Brand Recall* on Top of Mind was occupied by UBL (Bandar Lampung University). The result of *Brand Recognition* was in which the respondents were re-interested through the help of statements. It was obtained the result of the respondents through the help of statements. The results obtained was the respondents recognized and knew IIB Darmajaya and the *Unware Brand* result showed that there were still respondents who did not know about the IIB Darmajaya college.

Keywords: Brand Awareness, IIB Darmajaya Bandar Lampung

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Jurusan Manajemen IIB Darmajaya Bandar Lampung.

Dalam penyusunan skripsi ini telah banyak pihak yang turut membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Ir. Firmansyah YA, MBA., MSc, selaku Rektor IIB Darmajaya.
2. Bapak Wakil Rektor Bidang Akademik dan Riset, Dr. RZ. Abdul Aziz, ST.,MT
3. Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Sumber Daya, Muprihan Thaib, S.Sos,M.M.
4. Dekan Fakultas Bisnis Dan Ekonomi, Prof. Ir. Zulkarnain Lubis, M.S., Ph. D
5. Ibu Aswin, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen IIB Darmajaya
6. Bapak Muhammad Saputra, SE., M.M selaku pembimbing skripsi yang sudah membimbing, mengarahkan dan memberikan ilmu yang luar biasa
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar terutama jurusan Manajemen yang telah membagi ilmu dan pengetahuan mereka yang bermanfaat kepada penyusun dalam pembelajaran.
8. Para Temanku MArdiyansyah S.E, Muhammad Andika Saputra S.E, Maharesta Yudha S.E, Ridho Dul, Aziz Kurniadi, Dana Saputra, Alimudin, Farras Muhammad, Sefri yamin, Abdipala yang selalu mensupport dalam segala hal kebaikan Semoga kita menjadi orang sukses
9. Kepada Nurul Erdawati, S.Pd yang selalu ada dalam keadaan berbagai keadaan dan masalah.
10. Teman seperjuanganku satu penelitian yang hanya beda subjeknya (Sumono, Ridho dul, dll Semoga sukses untuk kita semua.

11. Seluruh angkatan manajemen 2014 yang selalu mendukung dan selalu bekerja bersama-sama dalam menyelesaikan tugas skripsi serta seluruh pihak yang telah membantu penyusun baik secara langsung maupun tidak langsung.

12. Almamaterku IIB Darmajaya Bandar Lampung

Penulis menyadari bahwa didalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan sehingga masih jauh dari kesempurnaan. Semua ini tidak luput dari keterbatasan penulis, terutama dalam membuat suatu karya tulis. Adanya kekurangan tersebut tidak menutup kemungkinan timbulnya kritik serta saran dari berbagai pihak dan hal ini memang sangat penulis harapkan sehingga akan lebih memberikan pengetahuan kepada penulis yang jauh lebih baik untuk kesempurnaan tulisan dimasa yang akan datang.

Bandar Lampung, 25 Februari 2019

Penulis,

Suharto Cahyaning Utama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN	
HALAMAN PERSETUJUAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
RIWAYAT HIDUP	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
MOTTO	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR.....	
DAFTAR ISI.....	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rerumusan Masalah	5
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	6
1.3.2 Ruang Lingkup Objek	6
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat	6
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Bagi Penulis	6
1.5.2 Bagi Perusahaan	6
1.5.3 Bagi Institusi.....	7
1.6 Sistematika Penulisan	7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Merek	9
2.1.1 Pengertian Merek	9
2.1.2 Manfaat Merek	9
2.1.3 Tujuan Pemberian Merek	10
2.1.4 Strategi Merek	10
2.1.5 Makna dan Tipe Merek	11
2.2 <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	13
2.2.1 Manfaat <i>Brand Awareness</i>	15
2.2.2 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	16
2.3 Penelitian Terdahulu	18
2.4 Kerangka Pikir	19

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	20
3.2 Sumber Data	
3.2.1 Data Primer	20
3.2.2 Data Sekunder	20
3.3 Metode Pengumpulan Data	21
3.3.1 Penelitian Kepustakaan	21
3.3.2 Penelitian Lapangan	21
3.4 Populasi dan Sampel	21
3.4.1 Populasi	21
3.4.2 Sampel	21
3.5 Definisi Operasional Variabel	23
3.6 Metode Analisis Deskriptif	24

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data	25
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	25
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	25
4.2.2 Responden Berdasarkan Konsentrasi Pendidikan	26
4.2.3 Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua	26
4.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua	27
4.3 Hasil Analisis Data	27
4.3.1 Analisis <i>Top Of Mind</i>	28
4.3.2 Analisis <i>Brand Recall</i>	30
4.3.3 Analisis <i>Brand Recognition</i>	30
4.3.4 Analisis <i>Unware Of Brand</i>	31
4.3.5 Informasi	32
4.4 Pembahasan	32

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	35
5.2 Saran.....	35
5.2.1 Bagi Institut.....	35
5.2.2 Penelitian Selanjutnya.....	35

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel

Tabel 1.1 Jumlah Perguruan Tinggi Di Bandar Lampung	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	25
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Konsentrasi Pendidikan.....	26
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua	26
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua.....	27
Tabel 4.5 Hasil Analisis <i>Top Of Mind</i>	28
Tabel 4.6 Hasil Analisis <i>Brand Recall</i>	29
Tabel 4.7 Hasil Analisis <i>Brand Recognition</i>	31
Tabel 4.8 Informasi IIB Darmajaya	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar

Gambar 1.1 Jumlah Mahasiswa IIB Darmajaya	3
Gambar 1.2 Persentase Jumlah Mahasiswa IIB Darmajaya.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	18

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Jasa pendidikan memegang peranan penting dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Saat ini jasa pendidikan menjadi bisnis yang potensial mengingat antusiasme masyarakat untuk menempuh pendidikan tinggi sangat besar. Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya pihak swasta yang melihat jasa pendidikan sebagai objek bisnis dengan membuka layanan pendidikan mulai dari pendidikan dari tingkat pendidikan anak usia dini (PAUD), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA) sampai tingkat Perguruan Tinggi (PT). Banyaknya jasa pendidikan yang memiliki layanan yang sama berdampak kepada sulitnya konsumen mengidentifikasi produk baik barang maupun jasa milik sebuah perusahaan. Oleh karena itu diperlukan pengetahuan yang cukup detail mengenai suatu produk oleh konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk.

Brand Awareness (kesadaran merek) sebuah langkah awal bagi konsumen mengetahui suatu produk atau merek. *Brand Awareness* (kesadaran merek). Menurut Rossiter dan Percy dalam Acmad Rifqi Husni (2010) Konsep kesadaran merek (*Brand Awareness*) yaitu kemampuan pembeli untuk mengidentifikasi (mengenal atau mengingat) suatu merek yang cukup detail untuk melakukan pembelian. Kesadaran merek merupakan langkah awal bagi setiap konsumen terhadap setiap produk atau merek baru yang ditawarkan kesadaran merk (*Brand Awareness*) memiliki beberapa langkah mulai dari tingkatan menyadari adanya hal tersebut sampai mengenal merk tersebut (*top of mind awareness*) menciptakan sebuah *Brand Awareness*, pemasar berharap

bahwa kapanpun kebutuhan kategori muncul, brand tersebut akan dimunculkan kembali dari ingatan selanjutnya dijadikan pertimbangan berbagai alternative dalam pengambilan keputusan.

Bandar Lampung merupakan Ibu Kota Provinsi Lampung, yang juga menjadi pusat pendidikan di Provinsi Lampung. Terdapat banyak jasa pendidikan swasta berkembang di kota Bandar Lampung dengan berbagai tingkatan mulai dari tingkat dasar sampai Perguruan Tinggi. Jasa Layanan pendidikan Perguruan Tinggi menjadi jasa layanan yang cukup potensial, dimana saat ini tersedia pangsa pasar yang cukup baik sehingga perkembangan jasa perguruan tinggi swasta berkembang cukup besar di Kota Bandar Lampung. Banyaknya jasa layanan pendidikan tinggi sejenis berdampak kepada tingginya persaingan dalam merebut pangsa pasar konsumen. Berikut jumlah perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung :

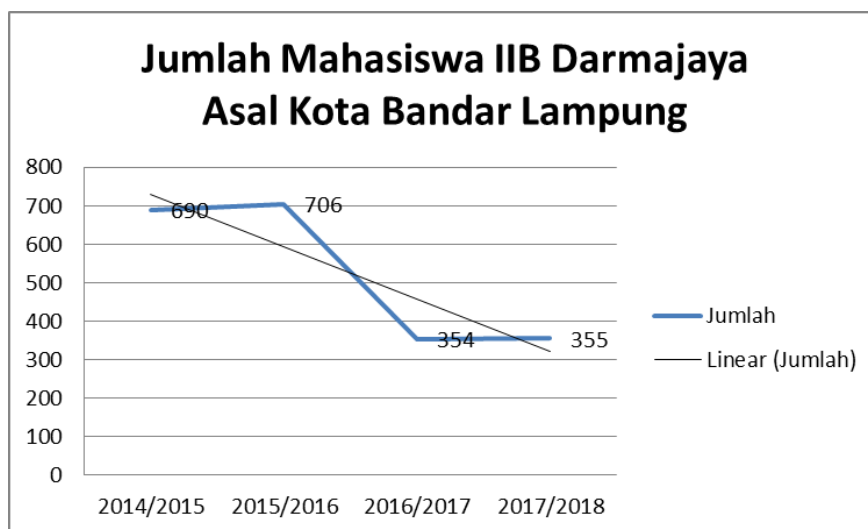
**Tabel 1.1 Jumlah Perguruan Tinggi Swasta
Di Kota Bandar Lampung**

No	Jenis Perguruan Tinggi	Jumlah
1	Universitas	5
2	Institut	1
3	Sekolah Tinggi	15
4	Akademi	13
Jumlah		34

Sumber Wikipedia 2018

IIB Darmajaya merupakan perguruan tinggi swasta di bandar Lampung yang berbentuk institut. Sebagai penyedia jasa perguruan tinggi swasta, saat ini IIB Darmajaya menyediakan program pendidikan strata 1 (S1), strata 2 (S2) serta diploma 3 (D3). Program strata 1 (S1) dan diploma 3 (D3) merupakan program pendidikan yang potensial bagi IIB Darmajaya mengingat terdapat 107 sekolah yang terdiri dari SMA/SMK dan MA yang setiap tahun

meluluskan siswa/I yang merupakan target pasar IIB Darmajaya untuk melanjutkan study ke perguruan tinggi. Setiap tahun IIB Darmajaya menerima pendaftaran mahasiswa baru lulusan SMA/SMK dan MA yang berasal dari Bandar Lampung. Berikut grafik jumlah siswa lulusan SMA/SMK dan MA Bandar Lampung yang mendaftarkan diri menjadi mahasiswa di IIB Darmajaya dalam 4 tahun terakhir.



Gambar 1.1 Jumlah Mahasiswa IIB Darmajaya asal Kota Bandar Lampung

Berdasarkan Gambar 1.1 Jumlah Mahasiswa IIB Darmajaya yang mendaftar berasal dari SMA/K dan MA di Kota Bandar Lampung pada periode 2014/2015 jumlah siswa siswi lulusan SMA/ SMK dan MA yang mendaftarkan diri di IIB Darmajaya berjumlah 690 orang. Pada periode 2015/2016 mahasiswa yang mendaftar asal SMA/SMK dan MA mengalami peningkatan menjadi 706 orang. Pada periode 2016/2017 jumlah mahasiswa Bandar Lampung yang mendaftar asal SMA/SMK dan MA mengalami penurunan menjadi 354 orang. Pada periode 2017/2018 jumlah mahasiswa asal SMA/SMK dan MA Bandar Lampung mengalami peningkatan 1 orang menjadi 355 orang. Jika dilihat dari garis tren jumlah mahasiswa IIB

Darmajaya asal SMA/SMK dan MA mengalami trend penurunan yang cukup signifikan.

Mendukung fenomena pada grafik yang terdapat pada garis trend dimana terjadi penurunan jumlah siswa/I lulusan yang berasal dari SMA/SMK dan MA di Bandar Lampung yang mendaftarkan diri menjadi mahasiswa/I di IIB Darmajaya maka peneliti melakukan studi perbandingan persentase jumlah siswa lulusan SMA/K dan MA asal sekolah di Bandar Lampung pada tahun 2018 dan di bandingkan dengan mahasiswa/I yang mendaftar di IIB Darmajaya asal kota Bandar Lampung pada tahun 2018. Pada tahun 2018 SMA/K dan MA di Bandar Lampung meluluskan siswa/I sebanyak 17.577 orang dan dibandingkan dengan jumlah siswa/i asal SMA/SMK dan MA asal Bandar Lampung yang mendaftar di IIB Darmajaya pada tahun 2018 sebanyak 355 orang. Untuk melihat perbandingan persentase tersebut penulis menyajikan pada grafik sebagai berikut :



Sumber : <https://lampung.antaranews.com/berita/303365/unbk-smksma-di-lampung-diikuti-105919-siswa> dan PMB IIB Darmajaya

Gambar 1.2 Grafik persentase jumlah siswa IIB Darmajaya di Bandar Lampung

Berdasarkan gambar 1.2 grafik persentase jumlah siswa yang mendaftar di IIB Darmajaya asal kota Bandar Lampung terlihat pada grafik di dapatkan informasi bahwa SMA/K dan MA yang mendaftar di IIB Darmajaya hanya sebesar 2% dari total seluruh lulusan siswa/I SMA/K dan MA di Kota Bandar Lampung. Melihat fenomena trend penurunan mahasiswa/I yang mendaftar di IIB Darmajaya asal Kota Bandar Lampung dan cakupan persentase jumlah siswa/I lulusan SMA/K dan MA asal kota Bandar Lampung yang mendaftar di IIB Darmajaya pada tahun 2018 hanya 2% dari total keseluruhan siswa/I asal SMA/SMK dan MA yang mendaftarkan diri di IIB Darmajaya cukup menarik untuk diteliti. Untuk melihat fenomena tersebut dilakukan penyebaran kuisioner prasurvey sebanyak 30 responden yang dibagikan kepada siswa/I SMA/K dan MA di kota Bandar Lampung terkait pengetahuan mereka mengenai IIB Darmajaya didapatkan informasi

Brand Awareness yaitu kemampuan konsumen dalam mengenali atau mengingat sebuah merek, termasuk nama, gambar, logo, dan juga slogan-slogan tertentu yang pernah digunakan oleh brand tersebut dalam mempromosikan produk-produk mereka. Kemampuan konsumen untuk mengenal dan mengingat brand berperan besar dalam keputusan pembelian. Berdasarkan latar belakang di atas penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul : “**Analisis *Brand Awareness* IIB Darmajaya di Bandar Lampung**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka penelitian merumuskan masalah sebagai berikut; Bagaimana *Brand Awareness* IIB Darmajaya di Bandar Lampung.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek Penelitian

Ruang lingkup subjek penelitian ini siswa/I SMA/K dan MA di Bandar Lampung

1.3.2 Ruang Lingkup Objek Penelitian

Ruang lingkup objek penelitian yaitu *Brand Awareness* IIB Darmajaya di Bandar Lampung

1.3.3 Ruang Lingkup Bandar Lampung Tempat peneliti

Kampus IIB Darmajaya

1.3.4 Ruang Lingkup waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan periode November 2018 - Februari 2019

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pendidikan

Ruang lingkup ilmu penelitian yang diambil yaitu manajemen pemasaran

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah: Untuk mengetahui *Brand Awareness* IIB DARMAJAYA di Bandar Lampung.

1.5 Manfaat penelitian

1.5.1 Bagi Penulis

Menambah wawasan dan ilmu dalam bidang pemasaran, terutama untuk pengetahuan mengenai Analisis *Brand Awareness* IIB Darmajaya di Bandar Lampung.

1.5.2 Bagi Institusi

Hasil dari penelitian dapat bahan reprints atau bahan referensi untuk penelitian berikutnya.

1.5.3 Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini semoga dapat digunakan oleh perusahaan bahan pertimbangan oleh manajer terkait *Brand Awareness*

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk Memberikan penjelasan dalam penelitian yang berisi informasi mengenai materi. Adapun sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut.

1.6.1 Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat dan sistematika penulisan.

1.6.2 Bab II Landasan teori

Bab ini Berisikan tentang teori-teori yang mendukung dan berhubungan dengan manajemen pemasaran.

1.6.3 Bab III Metode Penelitian

Pada Bab ini berisikan penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, variable penelitian, definisi oprasional variabel, metode analisis data, serta pengujian hipotesis.

1.6.4 Bab IV Hasil dan Pembahas

Bab ini penulis menguraikan tentang hasil dan pembahasan mengenai hasil analisis *Brand Awareness* IIB Darmajaya Bandar Lampung.

1.6.5 Bab V Simpulan dan Saran

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari peneliti yang telah dilakukan serta saran – saran yang mungkin nantinya berguna bagi peneliti selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Merek

2.1.1 Pengertian Merek

Merek adalah suatu tanda atau simbol yang memberikan identitas suatu barang atau jasa tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar, atau kombinasi keduanya. Merek dapat berupa nama, merek dagang, penjual diberi hak eksklusif untuk menggunakan mereknya. Jadi merek berbeda dengan aktiva yang lain seperti paten atau hak cipta yang mempunyai batas waktu (Guntur Mahendro Saputro, 2015).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa merek adalah suatu tanda yang membedakan identitas dari produsen dengan produsen lain dan tidak mempunyai batas waktu tertentu.

2.1.2 Manfaat Merek

Terdapat beberapa manfaat dari merek menurut Kotler dan Keller (2012), antara lain :

- a. Memudahkan perusahaan dalam menangani produk, terutama bila terjadi masalah maka akan lebih mudah untuk menelusurinya.
- b. Membantu dalam mengatur persediaan dan laporan keuangan, ketika produk sudah ada namanya tentu akan mudah diidentifikasi, termasuk dalam penjualan sampai dengan laporan keuangan.
- c. Merek juga akan membantu memberikan perlindungan hukum untuk fitur atau aspek unik dari sebuah produk.
- d. *Brand name* dapat dilindungi melalui merek dagang yang terdaftar, proses produksi dapat dilindungi melalui hak paten, pemasaran dapat dilindungi melalui hak cipta dan desain-desain.

- e. Hak atas kekayaan intelektual menjamin perusahaan dapat dengan aman menanam modal dalam brand dan menuai keuntungan semua aktivitas yang berharga.

2.2.3 Tujuan Pemberian Merek

Tujuan pemberian merek Alma (2011) yaitu:

- a. Pengusaha menjamin konsumen bahwa barang yang dibeli sungguh berasal dari perusahaannya. Ini karena untuk meyakinkan pihak konsumen membeli suatu barang dari merek dan perusahaan yang dikehendakinya, yang cocok dengan selera, keinginan dan juga kemampuannya.
- b. Perusahaan menjamin mutu barang. Adanya merek ini perusahaan menjamin mutu barang bahwa barang yang dikeluarkannya berkualitas baik. Sehingga dalam barang tersebut selain ada merek juga disebutkan peringatan – peringatan seperti apabila dalam jenis ini tidak ada tanda tangan ini maka itu adalah palsu dan lain-lain.
- c. Pengusaha memberi nama pada merek barangnya supaya mudah diingat dan disebut sehingga konsumen dapat menyebutkan merek saja
- d. Meningkatkan ekuitas merek, yang memungkinkan memperoleh margin lebih tinggi, memberi kemudahan dalam mempertahankan kesetiaan konsumen.
- e. Memberi motivasi pada saluran distribusi, karena barang dengan merek terkenal akan cepat laku, dan mudah disalurkan, serta mudah penanganannya.

2.2.4 Strategi Merek

Strategi Merek dapat berupa pengenalan merek baru (*new brand*), strategi multi merek (*multi brand strategy*), strategi perluasan merek (*brand extension strategy*), dan strategi perluasan lini (*line extension strategy*) (Freddy Rangkuti, 2008).

Berikut ini penjelasan lebih dalam tentang strategi merek menurut Freddy Rangkuti (2008) yaitu :

a. Merek baru

Sebuah perusahaan dapat menciptakan sebuah nama merek baru ketika memasuki sebuah kategori produk baru. Strategi ini dapat dilakukan karena tidak ada nama merek yang sesuai.

b. Multi Merek

Perusahaan ingin mengelola berbagai nama merek dalam kategori yang ada untuk mengemukakan fungsi dan manfaat yang berbeda.

c. Perluasan Merek

Usaha untuk menggunakan sebuah nama merek yang sudah berhasil untuk meluncurkan produk baru atau produk yang dimodifikasi dalam kategori baru.

d. Perluasan lini produk

Strategi ini dapat dilakukan dengan cara perusahaan memperkenalkan berbagai macam *feature* atau tambahan variasi produk, dalam sebuah kategori produk yang ada di bawah nama merek yang sama, seperti rasa, bentuk, warna atau ukuran kemasan lain.

2.2.5 Makna dan Tipe Merek

Menurut Rahman (2010) dalam suatu merek memiliki 6 (enam) tingkatan pengertian, sebagai berikut:

a. Atribut

Merek mengingatkan pada atribut tertentu dari sebuah produk, baik dari program purna jualnya, pelayanan, maupun kelebihanannya dan perusahaan menggunakan atribut tersebut sebagai materi iklan mereka.

b. Manfaat

Pelanggan tentu tidak membeli sebatas atribut dari suatu produk melainkan manfaatnya.

c. Nilai

Merek mewakili nilai dari produknya. Jam tangan merek Rolex, misalnya yang memberikan nilai tinggi bagi penggunanya.

d. Budaya

Merek mewakili budaya tertentu

e. Kepribadian

Merek layak nya seseorang yang merefleksikan sebuah kepribadian tertentu

f. Pemakai

Merek menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau menggunakan suatu produk tersebut.

Menurut Tjiptono dalam Akbar (2012) menerangkan bahwa pemahaman mengenai peran merek tidak bisa dipisahkan dari tipe-tipe utama merek, karena masing-masing tipe memiliki citra merek berbeda. Ketiga tipe tersebut meliputi:

a. *Attribute Brand*

Attribute brands yaitu merek-merek yang memiliki cara yang mampu mengkomunikasikan keyakinan atau kepercayaan terhadap atribut fungsional produk. Kerap kali sangat suka bagi konsumen untuk menilai kualitas dan fitur secara obyektif atas begitu banyak tipe

produk, sehingga mereka cenderung memiliki merek-merek yang di persepsikan sesuai dengan kualitasnya.

b. Aspirational Brands

Aspirational brands merek-merek yang menyampaikan citra tentang tipe orang yang membeli merek yang bersangkutan. tersebut tidak banyak mengandung produknya, tetapi justru lebih banyak berkaitan dengan gaya hidup yang didambakan. Keyakinan yang dipegang konsumen adalah bahwa dengan memiliki merek semacam ini akan tercipta asosiasi yang kuat antara dirinya dengan kelompok aspirasi tertentu. Dalam hal ini, status, pengakuan sosial dan identitas jauh lebih penting daripada sekedar nilai fungsional produk.

c. Experience Brands

Experience brands mencerminkan merek-merek yang menyampaikan citra asosiasi dan emosi bersama (*shared association and emotionals*). Tipe ini memiliki citra melebihi sekedar aspirasi dan lebih berkenaan dengan kesamaan filosofi antara merek dan konsumen individual. Kesuksesan sebuah *experience brands* ditentukan oleh kemampuan merebersangkutan dalam mengekspresikan individualitas dan pertumbuhan personal.

Rangkuti dalam Guntur (2004) mengungkapkan, membangun merek yang kuat memerlukan pondasi yang juga kuat, yang dapat dilakukan melalui:

1. Memiliki *positioning* yang tepat

Merek dapat di *positioning* kan dengan berbagai cara, misalnya dengan menempatkan posisinya secara spesifik di benak pelanggan. *Positioning* yang tepat memerlukan pemahaman yang mendalam terhadap produk yang bersangkutan, perusahaan, tingkat persaingan, kondisi pasar serta pelanggan.

2. Memiliki *brand value* yang tepat

Semakin tepat merek dipositioningkan di benak pelanggan, merek tersebut akan semakin kompetitif. Untuk mengelola hal tersebut kita perlu mengetahui *brand value* akan membentuk *brand personality* yang mencerminkan gejala perubahan selera konsumen.

3. Memiliki konsep yang tepat

Pengembangan konsep merupakan proses kreatif, karena berbeda dari *positioning*, konsep dapat terus menerus berubah sesuai dengan daur hidup produk bersangkutan. Konsep yang baik adalah dapat mengkomunikasikan semua elemen-elemen brand value dan positioning yang tepat, sehingga brand image dapat terus ditingkatkan.

2.1.1 Strategi Merek

Strategi merek dapat berupa pengenalan merek baru (*new brand*), strategi multi merek (*multy brand strategy*), strategi perluasan merek (*brand extension strategy*) dan strategi perluasan lini (*line extension strategy*). (Rangkuti dalam guntur, 2004).

1. Merek baru (*new brand*)

Sebuah perusahaan dapat menciptakan sebuah nama merek baru ketika memasuki sebuah kategori produk baru. Strategi ini dapat dilakukan karena tidak ada nama merek yang sesuai.

2. Multi merek (*multy brand*)

Perusahaan ingin mengelola berbagai nama merek dalam kategori yang ada untuk mengemukakan fungsi dan manfaat yang berbeda.

3. Perluasan merek (*brand extension*)

Usaha apapun yang dilakukan untuk menggunakan sebuah nama merek yang sudah berhasil untuk meluncurkan produk baru atau yang dimodifikasi dalam kategori baru.

4. Perluasan lini (*line extension*)

Strategi ini dapat dilakukan dengan cara perusahaan memperkenalkan berbagai macam feature atau tambahan variasi produk, dalam sebuah kategori produk yang ada di bawah nama merek yang sama, seperti rasa, bentuk, warna, atau ukuran kemasan baru

2.2 Brand Awareness (Kesadaran Merek)

Brand Awareness atau kesadaran merek merupakan langkah awal untuk membangun sebuah merek produk. Aspek paling penting dari *brand awareness* adalah bentuk informasi dalam ingatan di tempat yang pertama. Sebuah titik ingatan *Brand Awareness* adalah penting sebelum *Brand Association* dapat dibentuk. Ketika konsumen memiliki waktu yang sedikit untuk melakukan konsumsi, kedekatan dengan nama merek akan cukup untuk menentukan pembelian Pitta & Katsanis dalam Acmad Rifqi Husni (2010). Konsep kesadaran merek yaitu kemampuan pembeli untuk mengidentifikasi (mengenal atau mengingat) suatu merek yang cukup detail untuk melakukan pembelian. Kesadaran merek merupakan langkah awal bagi setiap konsumen terhadap setiap produk atau merek baru yang ditawarkan melalui periklanan.

Kesadaran merek (*Brand Awareness*) yaitu kesanggupan seorang calon pembeli mengenali atau mengingat kembali suatu merek yang merupakan bagian dari kategori produk tertentu (Puspitasari, 2009). Peter dan Olson (2000) menyatakan bahwa *Brand Awareness* adalah sebuah tujuan umum komunikasi untuk semua strategi promosi. Dengan menciptakan *brand*

awareness, pemasar berharap bahwa kapanpun kebutuhan kategori muncul, brand tersebut akan dimunculkan kembali dari ingatan yang selanjutnya dijadikan pertimbangan berbagai alternatif dalam pengambilan keputusan.

Peter dan Olson (2000) menyatakan tingkat *brand awareness* dapat diukur dengan meminta konsumen menyebutkan nama brand yang mana yang dianggap akrab oleh konsumen. Apakah pengingatan ulang atau brand awareness sudah mulai memadai tergantung pada di mana dan kapan suatu keputusan pembelian dilakukan. Strategi brand awareness yang tepat tergantung pada seberapa terkenal brand tersebut. Kadang kala tujuan promosi adalah untuk memelihara tingkat brand awareness yang sudah tinggi. *Brand awareness* (kesadaran merek) menggambarkan keberadaan brand dalam benak konsumen, yang dapat menjadi penentu dalam beberapa kategori (Durianto dkk., 2004). Brand yang kuat dicerminkan oleh brand awareness yang tinggi dan asosiasi merek (*Brand association*) yang kuat dan positif (Simamora, 2003).

Brand awareness meliputi suatu proses mulai dari perasaan tidak mengenal merek itu hingga yakin bahwa merek itu adalah satu-satunya dalam kelas produk atau jasa tertentu. Dalam hal ini apabila suatu merek sudah dapat merebut suatu tempat yang tetap di benak konsumen maka akan sulit bagi merek tersebut untuk digeser oleh merek lain, sehingga meskipun setiap hari konsumen dipenuhi dengan pesan-pesan pemasaran yang berbeda-beda, konsumen akan selalu mengingat merek yang telah dikenal sebelumnya. *Brand* mengandung janji perusahaan untuk secara konsisten memberikan ciri, manfaat dan jasa tertentu kepada pembeli. Durianto dkk (2004) menyatakan bahwa brand lebih sekedar jaminan kualitas karena di dalamnya tercakup enam pengertian, yaitu:

- a. Atribut produk, seperti halnya kualitas, gengsi, nilai jual kembali, desain dan lain-lain.
- b. Manfaat, meskipun suatu *brand* memiliki sejumlah atribut, konsumen sebenarnya membeli manfaat dari produk tersebut. Dalam hal ini atribut *brand* diperlukan untuk diterjemahkan menjadi manfaat fungsional maupun manfaat emosional.
- c. Nilai, *brand* juga menyatakan sesuatu tentang nilai produsen.
- d. Budaya, *brand* juga mencerminkan budaya tertentu.
- e. Kepribadian, *brand* juga mencerminkan kepribadian tertentu. Sering kali produk tertentu menggunakan kepribadian orang yang terkenal untuk mendongkrak maupun menopang *brand* produknya.
- f. Pemakai, *brand* menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau menggunakan produk tersebut.

Definisi-definisi para ahli mengenai *brand awareness* dapat ditarik kesimpulan bahwa *brand awareness* merupakan tujuan umum komunikasi pemasaran, adanya *brand awareness* yang tinggi diharapkan kapanpun kebutuhan kategori muncul, brand tersebut akan dimunculkan kembali dari ingatan yang selanjutnya dijadikan pertimbangan berbagai alternatif dalam pengambilan keputusan.

2.2.1. Manfaat *Brand Awareness*

Simamora (2003) berpendapat bahwa brand yang kuat memperoleh manfaat-manfaat sebagai berikut.

- a. Loyalitas yang memungkinkan terjadinya transaksi berulang.
- b. *Brand* yang kuat memungkinkan perusahaan menetapkan harga yang lebih tinggi (premium), yang berarti margin yang lebih tinggi bagi perusahaan.
- c. *Brand* yang kuat memberikan kredibilitas pada produk lain yang *brand* tersebut.
- d. *Brand* yang kuat memberikan return yang lebih tinggi.

- e. *Brand* yang kuat memungkinkan diferensiasi relatif dengan pesaing yang jelas, bernilai dan berkesinambungan.
- f. *Brand* yang kuat memungkinkan fokus internal yang jelas, artinya dengan brand yang kuat, para karyawan mengerti apa brand ada dan apa yang perlu mereka lakukan untuk mengusung *brand* tersebut.
- g. Semakin kuat *brand*, dimana loyalitas semakin tinggi, maka konsumen akan lebih toleran terhadap kesalahan produk atau perusahaan.
- h. *Brand* yang kuat menjadi faktor yang menarik karyawan-karyawan berkualitas, sekaligus mempertahankan karyawan-karyawan (yang puas).
- i. Brand yang kuat menarik konsumen untuk hanya menggunakan faktor brand dalam pengambilan keputusan pembelian.

2.2.2 Tingkatan *Brand Awareness*

Brand awareness memiliki beberapa tingkatan dari tingkatan yang paling rendah (tidak menyadari brand) sampai tingkatan yang paling tinggi yaitu *Top of Mind*, yang bisa digambarkan dalam sebuah piramida. Piramida brand awareness dari rendah sampai tingkat tertinggi adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2 Piramida *Awareness*

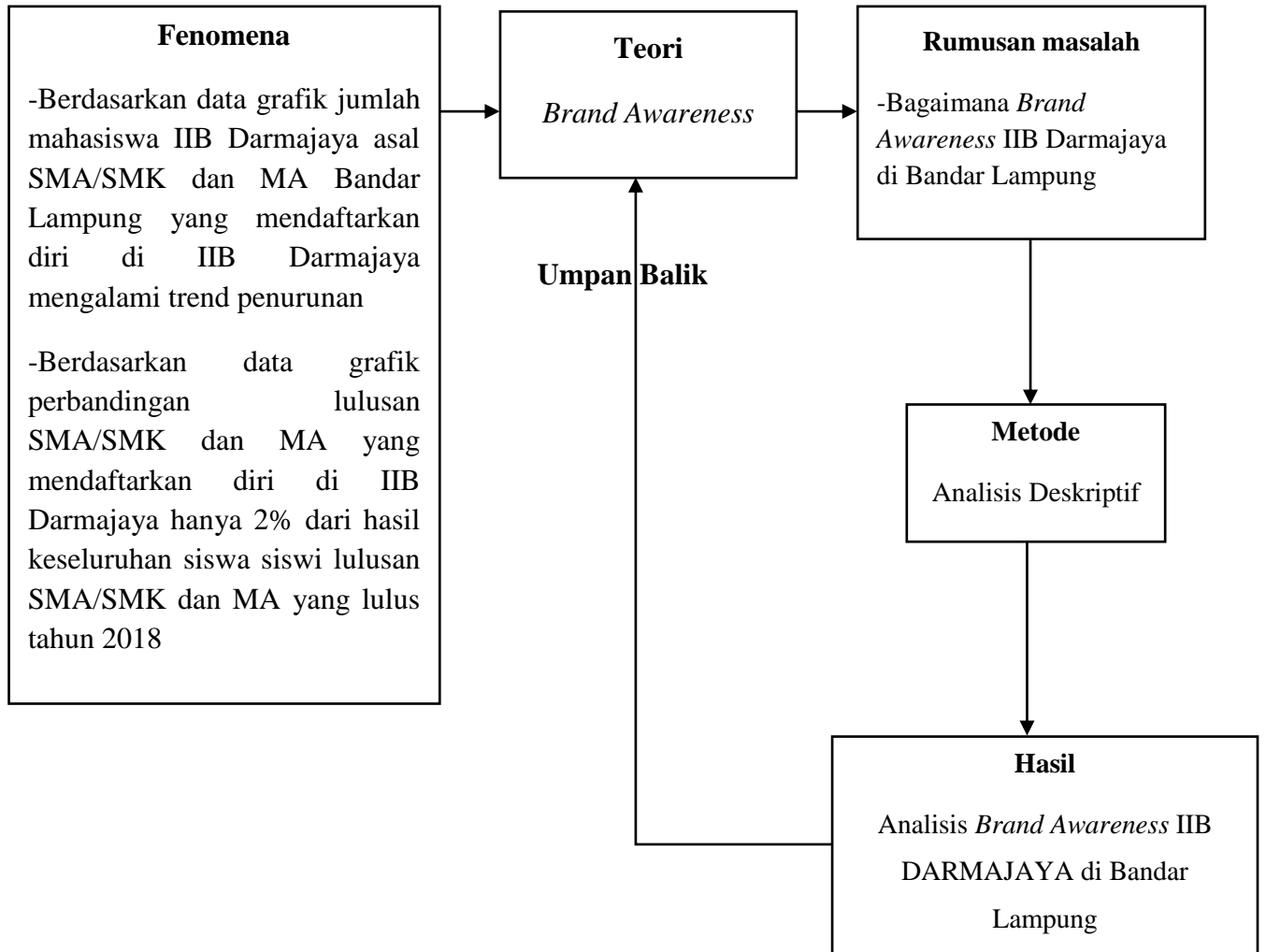
Sumber : David A.Aker (1997)

- a. *Brand Unaware* (tidak menyadari merek) adalah tingkat paling rendah dalam piramida *brand awareness* di mana konsumen tidak menyadari adanya suatu merek.
- b. *Brand Recognition* (pengenalan *brand*) adalah tingkat minimal brand awareness, di mana pengenalan suatu merek muncul lagi setelah dilakukan pengingatan kembali lewat bantuan (*aided recall*).
- c. *Brand Recall* (pengingatan kembali merek) adalah pengingatan kembali merek tanpa bantuan (*unaided recall*).
- d. *Top of Mind* (puncak pikiran) adalah merek yang disebutkan pertama kali oleh konsumen atau yang pertama kali muncul dalam benak konsumen, atau merek tersebut merupakan merek utama dari berbagai merek yang ada dalam benak seorang konsumen.

2.3 Penelittian Terdahulu

No	Nama	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil
1	Rendra Adipramono (2013)	Pengaruh <i>brand awareness</i> , <i>Perceived Quality</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap <i>Brand Satisfaction</i> dan <i>Brand Loyalty</i> pada Jasa Biro Perjalanan Antar Kota di Kota Malang (Study pada Pelanggan Biro Perjalanan Kirana Tour and Travel, Siluet Tours and Travel, dan Bali Prima Travel.	Regresi linier berganda	Hasil dari penelitian ke tingkat kesadaran m pelanggan naik, kepu merek mereka meningkat j Tingkat kualitas yang dite pelanggan mengpenga kepuasan merek secara po Perubahan tingkat in pelanggan akan berpeng pada loyalitas pelanggan
2	Auditya Herdana (2015)	Analisis Pengaruh Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>) Pada Produk Asuransi Jiwa Prudential Life Assurance (Studi Pada Pru Passion Agency Jakarta)	Regresi Linier Berganda	Hasil analisi menunj bahwa secara parsial vari kualitas produk dan pro tidak berpengaruh positif signifikan terha pembentukan brand aware produk asuransi Prudential Life Assura Sedangkan varibel advers berpengaruh positif terha pembentukan brand aware produk asuransi Prudential Life Assurance

2.4 Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau bergeneralisasi (Sugiyono, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Brand Awareness* IIB Darmajaya di Bandar Lampung

3.2 Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses pengolahan selama berlangsungnya penelitian jenis data yang akan digunakan dalam proses penelitian adalah

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan peneliti untuk menjawab masalah risetnya secara kusus (Sugiyono,2016). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari hasil jawaban kuesioner yang di bagikan kepada Responden.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, baik berupa keterangan maupun literatur yang ada hubungannya dengan penelitian (Sugiyono,2016). Data Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku, jurnal dan literature yang relevan dengan penelitian.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data, yaitu:

3.3.1 Kuesioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono,2016). Pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk mengetahui informasi responden di berikan sejumlah pernyataan terbuka mengenai Brand Awareness IIB Darmajaya di Kota Bandar Lampung.

3.4 Populasi dan sampel

3.4.1 Populasi

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 (Sugiyono,2016). Pada penelitian ini populasinya adalah siswa SMA/SMK di Bandar Lampung.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2016) Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Nonprobability Sampling dengan teknik Sampling Kuota adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (Kuota) yang diinginkan.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMA/SMK dan MA di Bandar Lampung. Kemudian untuk mempermudah pengambilan sampel peneliti membagikan kuisisioner kepada responden dengan kuota pada masing-masing sekolah sebanyak 10 kuisisioner. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini:

1. Siswa SMA/SMK/MA Kelas 11 dan 12
2. Lokasi SMA/SMK/MA yang berada pada kecamatan terdekat dengan lokasi kampus IIB Darmajaya yang terdapat dari 4 kecamatan antara lain kecamatan kemiling, raja basa , kedaton, labuhan ratu. Berikut data SMA/SMK dan MA di Bandar lampung berdasarkan kriteria sampel 4 kecamatan yang menajadi objek dalam penelitian ini.
 - a. Daftar SMA/SMK dan MA di Kecamatan Kemiling
 - SMA Persada Bandar Lampung
 - SMAN 14 Bandar Lampung
 - SMAN 7 Bandar Lampung
 - SMK Persada
 - b. Daftar SMA/SMK dan MA di Kecamatan Raja Basa
 - SMA Al-kautsar Bandar Lampung
 - SMA Tunas Harapan Bandar Lampung
 - SMAN 13 Bandar Lampung
 - SMK Dharma Utama Bandar Lampung
 - SMK 2 Mei Bandar Lampung
 - c. Daftar SMA/SMK dan MA di Kecamatan Labuhan Ratu
 - SMA Dharma Bangsa Bandar Lampung
 - SMA Fransiscus Bandar Lampung
 - SMA Muhhamadiyah 2 Bandar lampung
 - SMK Muhhamadiyah 2 Bandar Lampung
 - SMK Bhina Eka Bandar Lampung
 - d. Daftar SMA/SMK dan MA di Kecamatan Kedaton
 - SMA al-azhar 3 Bandar Lampung
 - SMA Bina Mulya Bandar Lampung
 - SMA Surya Dharma Bandar Lampung
 - SMK Bina Mulya Bandar Lampung
 - SMK Surya Dharma Bandar Lampung

3.5 Definisi Operasional

Tabel 3.5 Definisi Operasional

No	Variabe	Definisi Konsep	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	<i>Brand Awareness</i>	<i>Brand Awareness</i> merupakan salah satu factor penentu kemampuan konsumen untuk mengidentifikasi suatu merek pada kondisi yang berbeda, kesadaran merk diciptakan dan ditingkatkan dengan cara meningkatkan keakraban merak melalui paparan berulang sehingga konsumen merasa mengenal merek tersebut Keller (2003) dalam Radder dan Huang (2008).	Kesadaran merk IIB Darmajaya pada siswa SMA/SMK dan MA di Bandar Lampung	- <i>Top of Mind</i> - <i>Brand Recall</i> - <i>Brand Recoknition</i> - <i>Unaware of Brang</i>	-Ordinal

3.6 Metode Analisis Deskriptif

Metode Analisis Deskriptif digunakan untuk menggambarkan data-data hasil penelitian yang meliputi jumlah mahasiswa, hasil kuisisioner responden berkaitan dengan *Brand Awareness* IIB Darmajaya di Bandar Lampung item analisis

1. *Unaware Brand* (Tidak Menyadari Merek)
2. *Brand Recognition* (Pengenalan Merek)
3. *Brand Recall* (Peningkatan Kembali Terhadap Merek)
4. *Top of Mind* (Puncak Pikiran)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi adalah gambaran data yang terkumpul sebagaimana adanya, tanpa ada maksud untuk membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden, antara lain :

4.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden dalam penelitian terdiri dari jenis kelamin, asal sekolah, konsentrasi pendidikan, pendapatan orang tua, dan pekerjaan orang tua, yang ditunjukkan kepada siswa/I SMA/SMK dan MA yang berada disekitar IIB Darmajaya yang menjadi responden dengan jumlah sampel 190 orang. Berikut deskripsi karakteristik responden dalam penelitian ini :

4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden berdasarkan Jenis Kelamin adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Pria	105	55,3%
2	Wanita	85	44,7%
Total		190	100%

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan Tabel 4.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin, saat dilakukan penyebaran kuesioner pada penelitian ini didominasi oleh

responden berjenis kelamin Pria sebanyak 105 responden atau 55,3% dari total seluruh responden.

4.2.2 Responden Berdasarkan Konsentrasi Pendidikan

Responden berdasarkan Konsentrasi Pendidikan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Konsentrasi Pendidikan

No	Konsentrasi Pendidikan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	IPA	36	18,9%
2	IPS	84	44,2%
3	Kejuruan	70	36,8%
Total		190	100%

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan Tabel 4.2 Responden berdasarkan Konsentrasi Pendidikan, saat dilakukan penyebaran kuesioner pada penelitian ini didominasi oleh responden dengan Konsentrasi Pendidikan IPS sebanyak 84 responden atau 44,2% dari total seluruh responden.

4.2.3 Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua

Responden berdasarkan Pendapatan Orang Tua adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua

No	Pendapatan Orang Tua	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	Rp.1.000.000 – Rp. 2.500.000	78	41,1%
2	Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000	65	34,2%
3	>Rp. 5.000.000	47	24,7%
Total		190	100%

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan Tabel 4.3 Responden berdasarkan Pendapatan Orang Tua, saat dilakukan penyebaran kuesioner pada penelitian ini didominasi oleh responden dengan Pendapatan Orang Tua sebesar Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000 sebanyak 78 responden atau 41,1% dari total seluruh responden.

4.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua

Responden berdasarkan Pekerjaan Orang Tua adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua

No	Pekerjaan Orang Tua	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	PNS / BUMN	14	7,4%
2	Pegawai Swasta	107	56,3%
3	Pedagang	49	25,8%
5	Lainnya	20	10,5
Total		190	100%

Sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan Tabel 4.4 Responden berdasarkan Pekerjaan Orang Tua, saat dilakukan penyebaran kuesioner pada penelitian ini didominasi oleh responden dengan Pekerjaan Orang Tua yaitu Pegawai Swasta sebanyak 107 responden atau 56,3% dari total seluruh responden.

4.3 Hasil Analisis Data

Brand awareness merupakan kemampuan merek untuk muncul dalam pikiran konsumen ketika konsumen sedang memikirkan produk tertentu dan seberapa mudahnya nama atau merek tersebut dimunculkan. Untuk mengetahui *Brand Awareness* suatu merek dilakukan melalui 4 tahap, antara lain : *Top of Mind, Brand Recall, Brand Recognition, Unaware of brand.*

Penelitian ini berfokus pada analisis *Brand Awareness* IIB Darmajaya di kalangan siswa sekolah sekitaran Bandar Lampung, sebagai berikut :

4.3.1 Analisis *Top of Mind*

Top of Mind dalam *Brand Awareness* adalah merek yang disebutkan pertama kali atau paling diingat dalam benak konsumen atau merek tersebut merupakan merek utama dari berbagai macam merek yang ada dalam pikiran seorang konsumen. *Top of Mind* di dalam penelitian ini untuk melihat posisi IIB Darmajaya di kalangan siswa SMA, SMK / MA Bandar Lampung yang pertama kali di ingat responden pada saat mengisi kuesioner. Berikut adalah Hasil *Top of Mind* IIB Darmajaya di kalangan siswa SMA, SMK / MA Bandar Lampung.

Tabel 4.5 *Top of Mind* IIB Darmajaya

Nama Universitas dan Perguruan Tinggi	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
IIB Darmajaya	25	13,2%
Sumber: Data diolah tahun 2019	5	7,9%
Univ. Malahayati	11	5,8%
Univ. Saburai	6	3,2%
Univ. Teknokrat	21	11,1%
UBL	28	14,7%
UIN Lampung	17	8,9%
Univ. Umitra	13	6,8%
Universitas Lampung	54	28,4%
Total	190	100%

rkan tabel 4.5 Hasil analisis data jawaban responden mengenai Top of Mind dengan item pertanyaan universitas atau perguruan tinggi yang ada di Bandar Lampung yang paling anda ingat didapatkan informasi responden yang menjawab IIB Darmajaya sebanyak 25 Responden atau dengan persentase 13.2 %. ITERA sebanyak 15 responden atau dengan persentase 7.9%. Universitas Malahayati sebanyak 11 responden atau dengan persentase 5.8%. Universitas Saburai sebanyak 6 responden atau dengan persentase 3.2%. Universitas Teknokrat sebanyak 21 responden atau dengan persentase 11.1%. Universitas Bandar Lampung sebanyak 28 responden atau dengan persentase 14.7%. Universitas UIN Lampung sebanyak 17 responden atau dengan persentase 8.8%. UMITRA sebanyak 13 responden atau dengan persentase 6.8%. UNILA sebanyak 54 responden atau dengan persentase 28.4%.

Berdasarkan hasil analisis *Top Of Mind* posisi pertama dengan jawaban terbanyak dengan jumlah responden sejumlah 54 orang adalah UNILA . Pada posisi kedua adalah Universitas Bandar Lampung (UBL) dengan jumlah jawaban responden berjumlah 28 orang. Pada posisi ketiga adalah IIB Darmajaya dengan jumlah responden berjumlah 25 orang.

4.3.2 Analisis brand recall

Brand recall dalam *Brand Awareness* adalah mengingat kembali merek tanpa bantuan. *Brand Recall* di dalam penelitian ini untuk melihat posisi IIB Darmajaya di kalangan siswa SMA, SMK / MA Bandar Lampung Berikut adalah Hasil *Brand Recall posisi* IIB Darmajaya di kalangan siswa SMA, SMK / MA Bandar Lampung.

Tabel 4.5 Brand Recall IIB Darmajaya

Nama Universitas dan Perguruan Tinggi	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
---------------------------------------	-------------------	----------------

IIB Darmajaya	37	19,5%
ITERA	27	14,2%
Univ. Malahayati	10	5,3%
Univ. Saburai	21	11,1%
Univ. Teknokrat	20	10,5%
UBL	48	25,3%
UIN Lampung	18	9,5%
Univ. Umitra	9	4,7%
Total	190	100%

Berdasarkan tabel 4.5 Hasil analisis data jawaban responden mengenai *Brand Recall* dengan item pertanyaan Selain 3 Universitas atau Perguruan Tinggi yang anda sebutkan di atas, Universitas atau Perguruan Tinggi apalagi yang anda ingat didapatkan informasi responden yang menjawab IIB Darmajaya sebanyak 37 Responden atau dengan persentase 19.5 %. ITERA sebanyak 27 responden atau dengan persentase 14.2%. Universitas Malahayati sebanyak 10 responden atau dengan persentase 5.3%. Universitas Saburai sebanyak 21 responden atau dengan persentase 11.1%. Universitas Teknokrat sebanyak 20 responden atau dengan persentase 10.5%. Universitas Bandar Lampung sebanyak 48 responden atau dengan persentase 25.3%. Universitas UIN Lampung sebanyak 18 responden atau dengan persentase 9.5%. UMITRA sebanyak 9 responden atau dengan persentase 4.7%.

Berdasarkan hasil analisis *Brand Recall* posisi pertama dengan jawaban terbanyak dengan jumlah responden sejumlah 48 orang adalah UBL . Pada posisi kedua adalah IIB Darmajaya dengan jumlah jawaban responden berjumlah 37 orang. Pada posisi ketiga adalah ITERA dengan jumlah responden berjumlah 27 orang

4.3.3 Analisis *Brand Recognition*

Brand Recognition dalam *Brand awareness* adalah tingkatan minimal suatu merek yang muncul setelah dilakukan pengingatan kembali melalui bantuan berbentuk pertanyaan. Apakah anda mengenal IIB Darmajaya di Bandar Lampung. Berikut hasil analisis *Brand Recognition* dalam penelitian ini :

Tabel 4.5 *Top of Mind* IIB Darmajaya

Pertanyaan : Apakah anda mengenal IIB Darmajaya di Bandar Lampung.	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
a. Ya saya mengenal dan telah menuliskannya dalam pertanyaan sebelumnya	150	78,9%
b. Ya, saya mengenal setelah mengisi kuesioner	33	17,4%
c. Tidak mengenal sama sekali	7	3.7%

Sumber: Data diolah tahun 2019

Hasil analisis pada tabel 4.7 jawaban responden mengenai *Brand Recognition* IIB Darmajaya di Bandar Lampung dengan item pertanyaan Apakah anda mengenal IIB Darmajaya di Bandar Lampung, didapatkan informasi bahwa jawaban responden mengenai *Brand Recognition* IIB Darmajaya dengan tingkat jawaban tertinggi terdapat pada pertanyaan a dengan pertanyaan Ya saya mengenal dan telah menuliskannya dalam

pertanyaan sebelumnya dengan frekuensi 150 orang dengan tingkat persentase 78,9%

4.3.4 Unware of Brand

Kesadaran merek pada tingkatan *Unware of Brand* merupakan item pertanyaan dimana terdapat responden yang belum mengenal produk atau jasa tertentu, analisis kesadaran merek pada tingkatan *Unware of Brand* berdasarkan hasil analisis menunjukan bahwa masih terdapat responden yang belum mengenal IIB Darmajaya sebagai kampus di kota Bandar Lampung dengan jumlah frekuensi sebanyak 7 orang dengan persentase 3.7%

4.3.5 Informasi

Informasi digunakan untuk mengetahui dari mana responden mendapatkan informasi mengenai IIB Darmajaya. Berikut hasil analisis data dalam penelitian ini terkait dengan informasi :

Tabel

Pertanyaan : Dari mana anda mengenal IIB Darmajaya	Frekuensi (orang)	Presentase (%)
Banner	14	7.4%
Event/Lomba	23	12.1%
Instagram	38	20%
Keluarga	27	14.2%
Teman	81	42.6%
Tidak ada	7	3.7%

Hasil analisis pada tabel 4 jawaban responden mengenai Informasi IIB Darmajaya didapatkan informasi bahwa jawaban responden mengenai IIB Darmajaya melalui Teman sebanyak 81 orang atau dengan persentase 3.7%

4.4 Pembahasan

Saat ini jasa pendidikan menjadi bisnis yang potensial mengingat antusiasme masyarakat untuk menempuh pendidikan tinggi sangat besar. Tingginya antusiasme dalam menempuh pendidikan tinggi berdampak kepada banyaknya perusahaan membuka bisnis jasa pendidikan perguruan tinggi karna dinilai sebagai bisnis yang sangat potensial. Banyak nya jasa pendidikan yang memiliki layanan yang sama berdampak kepada sulitnya konsumen mengidentifikasi produk baik barang maupun jasa milik sebuah perusahaan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah membentuk Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) yaitu kemampuan pembeli untuk mengidentifikasi (menenal atau mengingat) suatu merek yang cukup detail untuk melakukan pembelian.

IIB Darmajaya merupakan perguruan tinggi swasta di bandar Lampung yang berbentuk institute. Berdasarkan data grafik jumlah siswa/I SMA/K dan MA di Bandar Lampung yang mendaftar di IIB Darmajaya sebagai mahasiswa di dapatkan informasi mengalami tren penurunan periode 2014 -2018. Mendukung fenomena peneliti melakukan studi perbandingan persentase jumlah siswa lulusan SMA/K dan MA asal sekolah di Bandar Lampung pada tahun 2018 dan di bandingkan dengan mahasiswa/I yang mendaftar di IIB Darmajaya asal kota Bandar Lampung pada tahun 2018. Pada tahun 2018 SMA/K dan MA di Bandar Lampung meluluskan siswa/I sebanyak 17.577 orang dan dibandingkan dengan jumlah siswa/i asal SMA/SMK dan MA asal Bandar Lampung yang mendaftar di IIB Darmajaya pada tahun 2018 sebanyak 355 orang

atau hanya 2 % dari total keseluruhan lulusan SMA/K dan MA di Bandar Lampung. Prasurvey yang dilakukan terhadap 30 orang responden

Berdasarkan hasil analisis *Brand awarenees* pada tingkatan *Top Of Mind* posisi pertama adalah UNILA .Pada posisi kedua adalah Universitas Bandar Lampung (UBL). Pada posisi ketiga adalah IIB Darmajaya. Pada tingkatan *Brand Recall* posisi pertama adalah UBL. Pada posisi kedua adalah IIB Darmajaya. Pada posisi ketiga adalah ITERA. Pada tingkatan *Brand Recognition* responden mengenal dan telah menuliskannya dalam pertanyaan sebelumnya dengan frekuensi 150 responden. Pada tingkatan *Unware of Brand* berdasarkan hasil analisis menunjukan bahwa masih terdapat responden yang belum mengenal IIB Darmajaya sebagai kampus di kota Bandar Lampung dengan jumlah frekuensi sebanyak 7 orang. Hasil analisis menunjukan baik dalam tingkatan Brand Awareness, IIB Darmajaya sudah masuk ke dalam tiga peringkat namun belum menduduki posisi pertama. Upaya yang perlu dilakukan IIB Darmajaya adalah dengan melakukan promosi secara gencar kepada siswa/I SMA/K dan MA di Bandar Lampung terkait keberadaan IIB Darmajaya sehingga upaya tersebut berdampak kepada peningkatan jumlah mahasiswa yang berasal dari SMA/K dan MA di Bandar Lampung

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengelolaan dan analisis data *Top Of Mind* ditempati oleh Universitas Lampung. Begitupun dengan hasil *Brand Recall*. Hasil analisis *Brand Recognition* dimana pengingatan kembali responden melalui bantuan berbentuk pernyataan. Didapatkan hasil responden mengetahui program *Brand Awareness* IIB Darmajaya dan hasil *Unware of a Brand* masih terdapat responden yang belum mengetahui tentang IIB Darmajaya.

5.2 Saran

5.2.1 Bagi Institusi

Berdasarkan latar belakang dan pembahasan yang telah dilakukan, maka saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti kepada pihak pengelola IIB Darmajaya adalah pihak pengelola Institut Informatika dan Bisnis IIB Darmajaya melakukan peningkatan di dalam pengelolaan terutama dalam memberikan promosi yang lebih intens kepada masyarakat mengenai keberadaan IIB Darmajaya baik melalui media cetak maupun media elektronik.

5.2.2 Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan melakukan pengujian efektifitas periklanan Kampus IIB Darmajaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Hetika., Sari, Yeni Priatna., Utami, Erni, Unggul Sedyo. Analisis *Brand Awareness* Politeknik Harapan Bersama.
- Rangkuti., Guntur 2004. Analisis Pengaruh *Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality* dan *Brand Loyalty* Terhadap *Purchase Intention* Laptop Acer di Ponorogo.
- Pitta & Katsanis., Acmad Rifqi Husni (2010). Analisis *Brand Awareness* Terhadap *Brand Attitude* Handphone Merek NOKIA.
- Rossiter dan Percy., Acmad Rifqi Husni (2010). Analisis *Brand Awareness* Terhadap *Brand Attitude* Handphone Merek NOKIA.
- Tjiptono, F.(2005), *Brand Management & Strategy*, Cetakan 1, Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Kotler, Philip. 2000. Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Durianto, dkk. (2004). *Brand Equity Ten*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

LAMPIRAN

Lampiran 1
Kuesioner Penelitian

Kepada YTH.
Saudara/I Responden
di-
Tempat

Assalamualaikum, Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Dalam rangka melakukan penelitian skripsi di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan judul Analisis *Brand Awareness* IIB Darmajaya di Bandar Lampung, maka saya yang bernama:

Nama : Suharto Cahyaning Utama

NPM : 1412110188

Memohon bantuannya kepada Saudara/i

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis *Brand Awareness* IIB Darmajaya di Bandar Lampung. Jawaban yang objektif akan sangat membantu penelitian ini. Segala bentuk jawaban Saudara/I akan dijaga kerahasiaannya atas perhatiannya dan bantuannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum, Wr., Wb.

Hormat saya

Suharto Cahyaning Utama

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Isitilah data diri anda sebelum melakukan pengisian kuesioner
2. Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda Check list (√) atau tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang menurut anda tepat.

A. Data Responden

1. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
2. Asal Sekolah :
3. Konsentrasi Pendidikan : IPA IPS
 Kejuruan
4. Pendapatan Orang Tua : Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000
 Rp. 2.500.000 – Rp 5.000.000
 Rp > 5.000.000
5. Pekerjaan Orang Tua : PNS / BUMN
 Pegawai Swasta
 Pedagang
 Petani Pekebun
 Lainnya.....

Isilah Pertanyaan Dibawah Ini :

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sebutkan 3 Universitas atau Perguruan Tinggi yang ada di Bandar Lampung yang paling anda ingat ?	1..... 2..... 3.
2	Selain 3 Universitas atau Perguruan Tinggi yang anda sebutkan di atas, Universitas atau Perguruan Tinggi apalagi yang anda ingat?	1..... 2..... 3.
3	Apakah anda mengenal IIB Darmajaya?	<input type="checkbox"/> Ya, saya mengenal dan telah menuliskannya dalam pertanyaan sebelumnya <input type="checkbox"/> Ya, saya mengenal setelah mengisi kuesioner <input type="checkbox"/> Tidak mengenal sama sekali
4	Dari mana anda mengenal IIB Darmajaya?	

Lampiran 2

Hasil Jawabn Responden

No	Jenis Kelamin	Asal Sekolah	Konsentrasi Pendidikan	Pendapatan Orang Tua	Pekerjaan Orang Tua	P1	P2	P3	P4
1	Laki - Laki	SMA Persada Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Unila	UBL	A	Teman
						Umitra	Teknokrat		
						Darmajaya	Saburai		
2	Laki - Laki	SMA Persada Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Teknokrat	UBL	A	Keluarga
						Darmajaya	UIN Lampung		
						Unila	Malahayati		
3	Laki - Laki	SMA Persada Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Umitra	Darmajaya	A	Teman
						Teknokrat	Unila		
						UBL	UIN Lampung		
4	Perempuan	SMA Persada Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	UBL	Darmajaya	A	Teman
						UIN Lampung	ITERA		
						Teknokrat	UBL		
5	Perempuan	SMA Persada Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pedagang	Unila	Teknokrat	C	
						UBL	Saburai		
						Umitra	Malahayati		
6	Perempuan	SMA Persada Bandar Lampung	IPA	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Saburai	Teknokrat	B	Banner
						UBL	Unila		
						Umitra	ITERA		
7	Laki - Laki	SMA Persada Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	Umitra	UIN Lampung	B	Keluarga
						Unila	Malahayati		
						UBL	Saburai		
8	Laki - Laki	SMA Persada Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Unila	Darmajaya	A	Teman
						Teknokrat	UBL		
						ITERA	Saburai		
9	Perempuan	SMA Persada Bandar Lampung	IPA	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	Darmajaya	A	Teman
						Malahayati	UIN Lampung		
						Teknokrat	UBL		
10	Laki - Laki	SMA Persada Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	UIN Lampung	Darmajaya	A	Teman
						Unila	Saburai		
						UBL	Teknokrat		

11	Perempuan	SMAN 14 Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	Darmajaya	A	Instagram
						UBL	Umitra		
						Teknokrat	UIN Lampung		
12	Perempuan	SMAN 14 Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	PNS / BUMN	Darmajaya	UIN Lampung	A	Teman
						UBL	Unila		
						Teknokrat	Umitra		
13	Laki - Laki	SMAN 14 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	UBL	Teknokrat	A	Instagram
						Unila	ITERA		
						Umitra	UIN Lampung		
14	Laki - Laki	SMAN 14 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Teknokrat	Umitra	A	Banner
						Saburai	Malahayati		
						UBL	UIN Lampung		
15	Perempuan	SMAN 14 Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	UIN Lampung	A	Teman
						Darmajaya	ITERA		
						UBL	Teknokrat		
16	Perempuan	SMAN 14 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pedagang	UBL	Teknokrat	A	Instagram
						Unila	Darmajaya		
						UIN Lampung	ITERA		
17	Laki - Laki	SMAN 14 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	ITERA	Darmajaya	A	Teman
						Unila	Teknokrat		
						UBL	UIN Lampung		
18	Laki - Laki	SMAN 14 Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pedagang	ITERA	Darmajaya	A	Instagram
						Unila	Teknokrat		
						UBL	Saburai		
19	Laki - Laki	SMAN 14 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	Saburai	A	Banner
						Darmajaya	Teknokrat		
						UBL	Umitra		
20	Perempuan	SMAN 14 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Darmajaya	Saburai	A	Instagram
						Unila	UBL		
						Malahayati	Teknokrat		
21	Perempuan	SMAN 7 Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	ITERA	Darmajaya	A	Banner
						Unila	Malahayati		
						UBL	Teknokrat		
22	Laki - Laki	SMAN 7 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	Darmajaya	A	Keluarga
						UIN Lampung	Teknokrat		
						UBL	Saburai		
23	Laki - Laki	SMAN 7 Bandar	IPS	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	ITERA	Umitra	A	Instagram

		Lampung							
						Unila	Saburai		
						Darmajaya	UIN Lampung		
24	Perempuan	SMAN 7 Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	PNS / BUMN	Unila	Saburai	A	Teman
						Darmajaya	Umitra		
						Teknokrat	Malahayati		
25	Laki - Laki	SMAN 7 Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	Darmajaya	Umitra	A	Keluarga
						Unila	UBL		
						Saburai	Teknokrat		
26	Perempuan	SMAN 7 Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	Pedagang	Teknokrat	Malahayati	A	Instagram
						Unila	UBL		
						Darmajaya	Saburai		
27	Perempuan	SMAN 7 Bandar Lampung	IPA	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	UBL	Teknokrat	A	Teman
						Unila	Saburai		
						Darmajaya	UIN Lampung		
28	Laki - Laki	SMAN 7 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Darmajaya	Saburai	A	Teman
						Unila	UIN Lampung		
						Teknokrat	UBL		
29	Laki - Laki	SMAN 7 Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	PNS / BUMN	ITERA	Darmajaya	A	Banner
						Unila	Teknokrat		
						UBL	Saburai		
30	Laki - Laki	SMAN 7 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	Teknokrat	A	Teman
						UBL	Saburai		
						Darmajaya	UIN Lampung		
31	Perempuan	SMK Persada	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	UIN Lampung	Malahayati	A	Teman
						Unila	Darmajaya		
						UBL	Saburai		
32	Perempuan	SMK Persada	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	UBL	A	Keluarga
						Darmajaya	Saburai		
						Umitra	Teknokrat		
33	Perempuan	SMK Persada	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	UBL	Darmajaya	B	Banner
						Unila	UIN Lampung		
						Teknokrat	ITERA		
34	Laki - Laki	SMK Persada	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pedagang	Teknokrat	Darmajaya	B	Teman
						Unila	UIN Lampung		
						Teknokrat	ITERA		
35	Laki - Laki	SMK Persada	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Umitra	Darmajaya	B	Teman

						Unila	Teknokrat		
						UBL	UIN Lampung		
36	Laki - Laki	SMK Persada	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	Unila	Malahayati	B	Banner
						UBL	Teknokrat		
						Darmajaya	ITERA		
37	Perempuan	SMK Persada	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Malahayati	UBL	A	Teman
						Unila	UIN Lampung		
						Darmajaya	ITERA		
38	Perempuan	SMK Persada	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	UBL	Saburai	A	Instagram
						Darmajaya	Teknokrat		
						Unila	ITERA		
39	Laki - Laki	SMK Persada	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Saburai	Umitra	A	Teman
						Unila	Teknokrat		
						Darmajaya	UIN Lampung		
40	Laki - Laki	SMK Persada	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	UIN Lampung	Teknokrat	A	Instagram
						Unila	Darmajaya		
						ITERA	UBL		
41	Perempuan	SMA Al-Kautsar Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	UBL	A	Teman
						Darmajaya	UIN Lampung		
						Teknokrat	ITERA		
42	Perempuan	SMA Al-Kautsar Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	Pedagang	ITERA	Darmajaya	A	Instagram
						Unila	Teknokrat		
						UBL	Malahayati		
43	Perempuan	SMA Al-Kautsar Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	Darmajaya	A	Keluarga
						Umitra	UBL		
						UIN Lampung	Teknokrat		
44	Laki - Laki	SMA Al-Kautsar Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	PNS / BUMN	Unila	Malahayati	A	Event/Lomba
						Teknokrat	Saburai		
						ITERA	u		
45	Laki - Laki	SMA Al-Kautsar Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	PNS / BUMN	Darmajaya	UBL	A	Keluarga
						Unila	Malahayati		
						Umitra	UIN Lampung		
46	Laki - Laki	SMA Al-Kautsar Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	PNS / BUMN	Darmajaya	UIN Lampung	A	Instagram
						Unila	Umitra		
						UBL	Malahayati		
47	Perempuan	SMA Al-Kautsar Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	UBL	Saburai	A	Event/Lomba
						Unila	Teknokrat		

						UIN Lampung	Darmajaya		
48	Perempuan	SMA Al-Kautsar Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	ITERA	Darmajaya	A	Instagram
						Unila	UBL		
						UIN Lampung	Teknokrat		
49	Laki - Laki	SMA Al-Kautsar Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	ITERA	Darmajaya	A	Teman
						Unila	UBL		
						UIN Lampung	Teknokrat		
50	Laki - Laki	SMA Al-Kautsar Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	UBL	A	Instagram
						Darmajaya	Malahayati		
						Teknokrat	UIN Lampung		
51	Laki - Laki	SMA Tunas Harapan Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Teknokrat	Saburai	B	Keluarga
						Unila	UIN Lampung		
						Darmajaya	UBL		
52	Laki - Laki	SMA Tunas Harapan Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	UBL	Darmajaya	B	Teman
						Unila	Teknokrat		
						UIN Lampung	Malahayati		
53	Perempuan	SMA Tunas Harapan Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Unila	Teknokrat	C	
						UIN Lampung	UBL		
						ITERA	Umitra		
54	Perempuan	SMA Tunas Harapan Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Teknokrat	Darmajaya	A	Event/Lomba
						Unila	UBL		
						Umitra	Saburai		
55	Laki - Laki	SMA Tunas Harapan Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Umitra	UBL	A	Instagram
						Unila	Teknokrat		
						Darmajaya	UIN Lampung		
56	Perempuan	SMA Tunas Harapan Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	UBL	Saburai	A	Banner
						Darmajaya	Malahayati		
						Unila	Teknokrat		
57	Laki - Laki	SMA Tunas Harapan Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Teknokrat	UBL	A	Event/Lomba
						Darmajaya	Unila		
						Saburai	UIN Lampung		
58	Perempuan	SMA Tunas Harapan Bandar	IPA	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	Unila	Teknokrat	A	Instagram

		Lampung							
						Darmajaya	UBL		
						Malahayati	Umitra		
59	Perempuan	SMA Tunas Harapan Bandar Lampung	IPA	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Saburai	Darmajaya	B	Keluarga
						Umitra	Unila		
						Teknokrat	UIN Lampung		
60	Laki - Laki	SMA Tunas Harapan Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	UIN Lampung	Darmajaya	B	Teman
						Malahayati	Unila		
						Teknokrat	UBL		
61	Laki - Laki	SMAN 13 Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	PNS / BUMN	Darmajaya	Saburai	A	Event/Lomba
						ITERA	Unila		
						UBL	Umitra		
62	Perempuan	SMAN 13 Bandar Lampung	IPA	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	UBL	A	Instagram
						Darmajaya	UIN Lampung		
						Teknokrat	Saburai		
63	Perempuan	SMAN 13 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	ITERA	Darmajaya	A	Event/Lomba
						UBL	Unila		
						UIN Lampung	Teknokrat		
64	Laki - Laki	SMAN 13 Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	Saburai	A	Instagram
						UBL	UIN Lampung		
						Malahayati	Teknokrat		
65	Perempuan	SMAN 13 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	UIN Lampung	UBL	A	Teman
						Unila	ITERA		
						Darmajaya	Saburai		
66	Perempuan	SMAN 13 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	ITERA	Teknokrat	A	Event/Lomba
						Unila	UBL		
						UIN Lampung	Darmajaya		
67	Laki - Laki	SMAN 13 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	UBL	A	Teman
						Darmajaya	UIN Lampung		
						Teknokrat	Saburai		
68	Laki - Laki	SMAN 13 Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	UBL	Teknokrat	A	Banner
						Unila	Umitra		
						Malahayati	UIN Lampung		
69	Perempuan	SMAN 13 Bandar Lampung	IPA	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Umitra	UIN Lampung	A	Teman
						UBL	Teknokrat		
						Unila	Darmajaya		

70	Perempuan	SMAN 13 Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	Teknokrat	UBL	A	Instagram
						Unila	Darmajaya		
						Saburai	Malahayati		
71	Laki - Laki	SMK Dharma Utama Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Teknokrat	Saburai	A	Keluarga
						UBL	Darmajaya		
						Unila	Umitra		
72	Laki - Laki	SMK Dharma Utama Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Umitra	Darmajaya	B	Teman
						Unila	Malahayati		
						UIN Lampung	UBL		
73	Laki - Laki	SMK Dharma Utama Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Unila	ITERA	A	Banner
						UIN Lampung	UBL		
						Darmajaya	Teknokrat		
74	Laki - Laki	SMK Dharma Utama Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	Teknokrat	UBL	A	Event/Lomba
						Unila	UIN Lampung		
						ITERA	Saburai		
75	Perempuan	SMK Dharma Utama Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	UIN Lampung	Darmajaya	B	Teman
						Unila	Malahayati		
						UBL	ITERA		
76	Perempuan	SMK Dharma Utama Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Unila	UBL	A	Instagram
						Darmajaya	Teknokrat		
						UIN Lampung	Saburai		
77	Laki - Laki	SMK Dharma Utama Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	UBL	Darmajaya	C	
						Unila	UIN Lampung		
						Umitra	ITERA		
78	Perempuan	SMK Dharma Utama Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	UIN Lampung	Saburai	A	Keluarga
						Unila	UBL		
						Darmajaya	Malahayati		
79	Laki - Laki	SMK Dharma Utama Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Unila	UIN Lampung	A	Teman
						UBL	Saburai		
						ITERA	UIN Lampung		
80	Perempuan	SMK Dharma Utama Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	Darmajaya	UBL	A	Teman

						Unila	UIN Lampung		
						ITERA	Saburai		
81	Laki - Laki	SMK 2 Mei Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Teknokrat	Malahayati	A	Instagram
						Unila	UIN Lampung		
						Darmajaya	Saburai		
82	Laki - Laki	SMK 2 Mei Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	Malahayati	A	Event/Lomba
						UIN Lampung	UBL		
						Darmajaya	Umitra		
83	Perempuan	SMK 2 Mei Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Unila	UBL	A	Teman
						Darmajaya	Malahayati		
						ITERA	Teknokrat		
84	Perempuan	SMK 2 Mei Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	UBL	ITERA	A	Instagram
						Darmajaya	Teknokrat		
						Unila	Saburai		
85	Perempuan	SMK 2 Mei Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	UBL	A	Teman
						UIN Lampung	Teknokrat		
						ITERA	Umitra		
86	Laki - Laki	SMK 2 Mei Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Darmajaya	Malahayati	A	Teman
						Unila	Saburai		
						Umitra	Teknokrat		
87	Laki - Laki	SMK 2 Mei Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pedagang	Darmajaya	Teknokrat	A	Event/Lomba
						UBL	UIN Lampung		
						Unila	Saburai		
88	Laki - Laki	SMK 2 Mei Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	UBL	ITERA	A	Teman
						Teknokrat	Darmajaya		
						Unila	Umitra		
89	Perempuan	SMK 2 Mei Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Umitra	Teknokrat	A	Event/Lomba
						Unila	UBL		
						Darmajaya	Malahayati		
90	Laki - Laki	SMK 2 Mei Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	UIN Lampung	Umitra	A	Banner
						ITERA	UBL		
						Unila	Umitra		
91	Perempuan	SMA Dharma Bangsa Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	Darmajaya	ITERA	A	Keluarga
						Unila	UBL		
						UIN Lampung	Umitra		
92	Perempuan	SMA Dharma Bangsa Bandar	IPA	Rp. > 5.000.000	PNS / BUMN	ITERA	UBL	A	Teman

		Lampung							
						Darmajaya	Malahayati		
						Unila	Saburai		
93	Laki - Laki	SMA Dharma Bangsa Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	Darmajaya	UIN Lampung	A	Teman
						Unila	UBL		
						ITERA	Umitra		
94	Perempuan	SMA Dharma Bangsa Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	Teknokrat	A	Keluarga
						Darmajaya	ITERA		
						UBL	Saburai		
95	Laki - Laki	SMA Dharma Bangsa Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	PNS / BUMN	UBL	Malahayati	A	Teman
						Unila	Teknokrat		
						Darmajaya	Umitra		
96	Perempuan	SMA Dharma Bangsa Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	Pedagang	Unila	UBL	A	Event/Lomba
						UIN Lampung	Teknokrat		
						Darmajaya	Umitra		
97	Laki - Laki	SMA Dharma Bangsa Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	ITERA	Teknokrat	A	Teman
						Unila	UBL		
						Darmajaya	Saburai		
98	Laki - Laki	SMA Dharma Bangsa Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	PNS / BUMN	Unila	UBL	A	Teman
						Darmajaya	Umitra		
						Teknokrat	Saburai		
99	Perempuan	SMA Dharma Bangsa Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	Pedagang	Unila	ITERA	A	Teman
						Darmajaya	Saburai		
						UBL	Umitra		
100	Perempuan	SMA Dharma Bangsa Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	Darmajaya	Teknokrat	A	Keluarga
						Unila	UBL		
						ITERA	Saburai		
101	Laki - Laki	SMA Fransiscus Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	ITERA	A	Teman
						Darmajaya	UIN Lampung		
						UBL	Saburai		
102	Perempuan	SMA Fransiscus Bandar Lampung	IPA	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pedagang	Unila	Umitra	A	Teman
						Teknokrat	Darmajaya		

						UBL	Malahayati		
103	Laki - Laki	SMA Fransiscus Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	PNS / BUMN	Darmajaya	UBL	A	Keluarga
						Unila	Saburai		
						Teknokrat	Malahayati		
104	Laki - Laki	SMA Fransiscus Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pedagang	Unila	ITERA	A	Teman
						Darmajaya	UBL		
						Saburai	UIN Lampung		
105	Perempuan	SMA Fransiscus Bandar Lampung	IPA	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pedagang	Unila	UBL	A	Teman
						UIN Lampung	Saburai		
						ITERA	Darmajaya		
106	Laki - Laki	SMA Fransiscus Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	UBL	ITERA	A	Event/Lomba
						Unila	Darmajaya		
						Malahayati	Umitra		
107	Perempuan	SMA Fransiscus Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	Pedagang	Darmajaya	Teknokrat	A	Banner
						Unila	UBL		
						UIN Lampung	Saburai		
108	Laki - Laki	SMA Fransiscus Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	ITERA	A	Keluarga
						Darmajaya	UIN Lampung		
						UBL	Umitra		
109	Perempuan	SMA Fransiscus Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	UBL	A	Teman
						ITERA	Teknokrat		
						UIN Lampung	Darmajaya		
110	Laki - Laki	SMA Fransiscus Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pedagang	UBL	Teknokrat	A	Teman
						Unila	Darmajaya		
						UIN Lampung	Umitra		
111	Laki - Laki	SMA Muhhamadiyah 2 Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	PNS / BUMN	Teknokrat	ITERA	A	Teman
						UBL	Malahayati		
						Darmajaya	Umitra		
112	Laki - Laki	SMA Muhhamadiyah 2 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	Umitra	A	Keluarga
						UBL	Darmajaya		
						Teknokrat	UIN Lampung		
113	Laki - Laki	SMA Muhhamadiyah 2 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	UBL	ITERA	A	Teman
						Umitra	Unila		
						Darmajaya	Teknokrat		
114	Laki - Laki	SMA	IPS	Rp. 2.500.000 -	Pedagang	UIN	UBL	A	Event/Lomba

		Muhhamadiyah 2 Bandar Lampung		Rp. 5.000.000		Lampung			
						Darmajaya	Umitra		
						Unila	Teknokrat		
115	Perempuan	SMA Muhhamadiyah 2 Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	PNS / BUMN	Darmajaya	UBL	A	Event/Lomba
						Unila	Umitra		
						UIN Lampung	Saburai		
116	Perempuan	SMA Muhhamadiyah 2 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Darmajaya	ITERA	A	Teman
						UBL	Unila		
						Teknokrat	Umitra		
117	Perempuan	SMA Muhhamadiyah 2 Bandar Lampung	IPA	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	UIN Lampung	A	Event/Lomba
						Darmajaya	Umitra		
						UBL	Malahayati		
118	Laki - Laki	SMA Muhhamadiyah 2 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	UBL	ITERA	A	Teman
						Unila	Teknokrat		
						Darmajaya	Umitra		
119	Laki - Laki	SMA Muhhamadiyah 2 Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	ITERA	A	Teman
						Darmajaya	UBL		
						Teknokrat	Umitra		
120	Perempuan	SMA Muhhamadiyah 2 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	ITERA	Teknokrat	A	Teman
						Unila	Darmajaya		
						UBL	Saburai		
121	Perempuan	SMK Muhhamadiyah 2 Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Umitra	ITERA	A	Teman
						Unila	UBL		
						Teknokrat	Darmajaya		
122	Laki - Laki	SMK Muhhamadiyah 2 Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pedagang	UBL	ITERA	A	Keluarga
						Unila	Teknokrat		
						Darmajaya	UIN Lampung		
123	Laki - Laki	SMK Muhhamadiyah 2 Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Umitra	ITERA	A	Teman
						UBL	Teknokrat		
						Darmajaya	Saburai		
124	Perempuan	SMK Muhhamadiyah 2 Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Darmajaya	Teknokrat	A	Event/Lomba

						Unila	UIN Lampung		
						UBL	Umitra		
125	Laki - Laki	SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	UIN Lampung	UBL	A	Keluarga
						Teknokrat	Darmajaya		
						Unila	Umitra		
126	Laki - Laki	SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pedagang	Unila	Umitra	A	Teman
						Teknokrat	Darmajaya		
						UBL	ITERA		
127	Laki - Laki	SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Darmajaya	UBL	A	Event/Lomba
						Unila	Umitra		
						Teknokrat	ITERA		
128	Laki - Laki	SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	ITERA	A	Teman
						Teknokrat	UBL		
						Darmajaya	Umitra		
129	Perempuan	SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pedagang	Darmajaya	UBL	A	Banner
						Unila	Saburai		
						Teknokrat	Umitra		
130	Perempuan	SMK Muhammadiyah 2 Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	UBL	ITERA	A	Teman
						Unila	UIN Lampung		
						Darmajaya	Teknokrat		
131	Perempuan	SMK Bhina Eka Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Darmajaya	UBL	A	Banner
						Umitra	Teknokrat		
						Unila	Saburai		
132	Laki - Laki	SMK Bhina Eka Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Teknokrat	Darmajaya	B	Teman
						UIN Lampung	Unila		
						Saburai	Malahayati		
133	Laki - Laki	SMK Bhina Eka Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	Saburai	UBL	A	Keluarga
						Malahayati	ITERA		
						Umitra	UIN Lampung		
134	Laki - Laki	SMK Bhina Eka Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Teknokrat	UBL	B	Instagram
						Unila	ITERA		
						Umitra	UIN Lampung		
135	Laki - Laki	SMK Bhina Eka Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	Saburai	A	Teman

						UIN Lampung	Teknokrat		
						ITERA	Darmajaya		
136	Laki - Laki	SMK Bhina Eka Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	UBL	ITERA	A	Instagram
						Darmajaya	Unila		
						Unila	Malahayati		
137	Perempuan	SMK Bhina Eka Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Lainnya	Teknokrat	UBL	B	Teman
						Darmajaya	Saburai		
						UIN Lampung	Unila		
138	Perempuan	SMK Bhina Eka Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	ITERA	A	Instagram
						UIN Lampung	Umitra		
						Darmajaya	UBL		
139	Laki - Laki	SMK Bhina Eka Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	UIN Lampung	UBL	A	Instagram
						Teknokrat	Unila		
						ITERA	Umitra		
140	Perempuan	SMK Bhina Eka Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Teknokrat	ITERA	A	Keluarga
						UIN Lampung	Umitra		
						Unila	Darmajaya		
141	Perempuan	SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung	IPA	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	UBL	A	Instagram
						Darmajaya	Saburai		
						Umitra	Teknokrat		
142	Laki - Laki	SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pedagang	Darmajaya	UBL	A	Instagram
						ITERA	Unila		
						UIN Lampung	Saburai		
143	Laki - Laki	SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pedagang	ITERA	Saburai	A	Event/Lomba
						Unila	Darmajaya		
						UBL	Saburai		
144	Laki - Laki	SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Darmajaya	UIN Lampung	A	Teman
						Unila	ITERA		
						UBL	Teknokrat		
145	Perempuan	SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	PNS / BUMN	UBL	Malahayati	A	Instagram
						Darmajaya	Teknokrat		
						Unila	UIN Lampung		
146	Laki - Laki	SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	UBL	A	Teman
						Teknokrat	Darmajaya		
						UIN Lampung	Umitra		
147	Perempuan	SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	UIN Lampung	A	Instagram

						UBL	Teknokrat		
						Darmajaya	Malahayati		
148	Perempuan	SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	UIN Lampung	ITERA	A	Event/Lomba
						Unila	Darmajaya		
						UBL	Umitra		
149	Laki - Laki	SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung	IPA	Rp. > 5.000.000	Pedagang	Teknokrat	UBL	A	Instagram
						Unila	UIN Lampung		
						Darmajaya	ITERA		
150	Laki - Laki	SMA Al-Azhar 3 Bandar Lampung	IPS	Rp. > 5.000.000	Pegawai Swasta	ITERA	Saburai	A	Teman
						UBL	Darmajaya		
						Unila	Teknokrat		
151	Laki - Laki	SMA Bina Mulya Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Teknokrat	Darmajaya	B	Keluarga
						Unila	Umitra		
						UBL	UIN Lampung		
152	Laki - Laki	SMA Bina Mulya Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Umitra	Saburai	B	Event/Lomba
						Unila	UIN Lampung		
						Darmajaya	UBL		
153	Perempuan	SMA Bina Mulya Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Unila	Darmajaya	C	
						UBL	Malahayati		
						UIN Lampung	ITERA		
154	Perempuan	SMA Bina Mulya Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	UIN Lampung	UBL	A	Teman
						Unila	Teknokrat		
						ITERA	Darmajaya		
155	Laki - Laki	SMA Bina Mulya Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Malahayati UIN Lampung	Saburai	B	
						Unila	Teknokrat		
156	Perempuan	SMA Bina Mulya Bandar Lampung	IPA	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	UBL	Malahayati	B	
						Darmajaya	Umitra		
						Unila	Saburai		
157	Laki - Laki	SMA Bina Mulya Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	Malahayati	UBL	B	
						Unila	Darmajaya		
						Umitra	UIN Lampung		
158	Perempuan	SMA Bina Mulya Bandar	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Teknokrat	UIN Lampung	A	Instagram

		Lampung							
						Unila	UBL		
						Darmajaya	Malahayati		
159	Perempuan	SMA Bina Mulya Bandar Lampung	IPA	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	UBL	ITERA	A	Instagram
						Umitra	Saburai		
						Unila	Darmajaya		
160	Laki - Laki	SMA Bina Mulya Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	Umitra	UBL	B	Teman
						UIN Lampung	Unila		
						ITERA	Teknokrat		
161	Laki - Laki	SMA Surya Dharma Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pedagang	UBL	Darmajaya	B	Keluarga
						Umitra	Teknokrat		
						Unila	UIN Lampung		
162	Perempuan	SMA Surya Dharma Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	UIN Lampung	ITERA	A	Instagram
						Unila	Darmajaya		
						UBL	Umitra		
163	Perempuan	SMA Surya Dharma Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Malahayati	UBL	A	Keluarga
						Unila	Umitra		
						Saburai	ITERA		
164	Laki - Laki	SMA Surya Dharma Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Umitra	UIN Lampung	A	Teman
						Darmajaya	Teknokrat		
						Saburai	Unila		
165	Perempuan	SMA Surya Dharma Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	Unila	UIN Lampung	A	Instagram
						Darmajaya	UBL		
						Umitra	Teknokrat		
166	Perempuan	SMA Surya Dharma Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Saburai	UBL	A	Instagram
						Unila	Malahayati		
						Umitra	Darmajaya		
167	Laki - Laki	SMA Surya Dharma Bandar Lampung	IPS	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	UIN Lampung	C	
						Umitra	UBL		
						Teknokrat	Malahayati		
168	Laki - Laki	SMA Surya Dharma Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Teknokrat	Saburai	B	Teman

						UBL	Darmajaya		
						Unila	ITERA		
169	Laki - Laki	SMA Surya Dharma Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Malahayati	UBL	A	Teman
						Darmajaya	Saburai		
						ITERA	Unila		
170	Laki - Laki	SMA Surya Dharma Bandar Lampung	IPS	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	Malahayati	ITERA	B	Teman
						Unila	Umitra		
						Teknokrat	UBL		
171	Laki - Laki	SMK Bina Mulya Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Darmajaya	Saburai	B	Teman
						Teknokrat	UBL		
						Unila	UIN Lampung		
172	Laki - Laki	SMK Bina Mulya Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Malahayati	Darmajaya	B	Teman
						UIN Lampung	Unila		
						Saburai	Teknokrat		
173	Perempuan	SMK Bina Mulya Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Unila	UIN Lampung	B	Teman
						Umitra	Saburai		
						Teknokrat	UBL		
174	Laki - Laki	SMK Bina Mulya Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Malahayati	UIN Lampung	A	Keluarga
						Darmajaya	Saburai		
						Unila	UBL		
175	Perempuan	SMK Bina Mulya Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	Teknokrat	Darmajaya	B	
						UBL	Saburai		
						Umitra	Unila		
176	Perempuan	SMK Bina Mulya Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	UIN Lampung	UBL	B	
						Unila	Saburai		
						ITERA	Umitra		
177	Laki - Laki	SMK Bina Mulya Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Saburai	ITERA	A	Instagram
						UIN Lampung	Darmajaya		
						Unila	Malahayati		
178	Laki - Laki	SMK Bina Mulya Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	UBL	Darmajaya	C	
						Umitra	Saburai		

						Unila	Teknokrat		
179	Laki - Laki	SMK Bina Mulya Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Malahayati	Darmajaya	B	
						Unila	ITERA		
						UIN Lampung	UBL		
180	Perempuan	SMK Bina Mulya Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Unila	Darmajaya	B	
						UBL	Teknokrat		
						Umitra	UIN Lampung		
181	Laki - Laki	SMK Surya Dharma Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	Malahayati	Saburai	A	Teman
						UIN Lampung	Darmajaya		
						Unila	UBL		
182	Laki - Laki	SMK Surya Dharma Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	UBL	Umitra	C	
						Unila	Saburai		
						UIN Lampung	ITERA		
183	Laki - Laki	SMK Surya Dharma Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Malahayati	Darmajaya	B	
						Teknokrat	UBL		
						Unila	Saburai		
184	Perempuan	SMK Surya Dharma Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	Darmajaya	UIN Lampung	A	Instagram
						Unila	Saburai		
						UBL	ITERA		
185	Perempuan	SMK Surya Dharma Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	UIN Lampung	UBL	A	Teman
						Darmajaya	Saburai		
						Unila	Teknokrat		
186	Perempuan	SMK Surya Dharma Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pegawai Swasta	UIN Lampung	UBL	A	Teman
						ITERA	Saburai		
						Unila	Teknokrat		
187	Laki - Laki	SMK Surya Dharma Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Lainnya	UBL	Saburai	A	Teman
						Unila	Umitra		
						Darmajaya	UIN Lampung		
188	Laki - Laki	SMK Surya Dharma Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Unila	Darmajaya	B	
						Umitra	Teknokrat		
						UIN Lampung	Saburai		

189	Perempuan	SMK Surya Dharma Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	Pegawai Swasta	Unila	UIN Lampung	A	Teman
						Malahayati	Teknokrat		
						Umitra	Darmajaya		
190	Laki - Laki	SMK Surya Dharma Bandar Lampung	Kejuruan	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	Pedagang	Umitra	UBL	A	Instagram
						ITERA	UIN Lampung		
						Unila	Malahayati		

Lampiran 3
Karakteristik Jawaban Responden

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Laki - Laki	105	55.3	55.3	55.3
	Perempuan	85	44.7	44.7	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

Konsentrasi Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	IPA	36	18.9	18.9	18.9
	IPS	84	44.2	44.2	63.2
	Kejuruan	70	36.8	36.8	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

Pendapatan Orang Tua

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Rp. > 5.000.000	47	24.7	24.7	24.7
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000	78	41.1	41.1	65.8
	Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000	65	34.2	34.2	100.0
	Total	190	100.0	100.0	

Pekerjaan Orang Tua

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Lainnya	20	10.5	10.5
	Pedagang	49	25.8	36.3
Valid	Pegawai Swasta	107	56.3	92.6
	PNS / BUMN	14	7.4	100.0
	Total	190	100.0	

Lampiran 4
Hasil Analisis Data

Top op Mind

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Darmajaya	25	13.2	13.2	13.2
ITERA	15	7.9	7.9	21.1
Malahayati	11	5.8	5.8	26.8
Saburai	6	3.2	3.2	30.0
Teknokrat	21	11.1	11.1	41.1
UBL	28	14.7	14.7	55.8
UIN Lampung	17	8.9	8.9	64.7
Umitra	13	6.8	6.8	71.6
Unila	54	28.4	28.4	100.0
Total	190	100.0	100.0	

Brand Recall

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Darmajaya	37	19.5	19.5	19.5
ITERA	27	14.2	14.2	33.7
Malahayati	10	5.3	5.3	38.9
Saburai	21	11.1	11.1	50.0
Teknokrat	20	10.5	10.5	60.5
UBL	48	25.3	25.3	85.8
UIN Lampung	18	9.5	9.5	95.3
Umitra	9	4.7	4.7	100.0
Total	190	100.0	100.0	

Brand Recognition

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
A	150	78.9	78.9	78.9
B	33	17.4	17.4	96.3
C	7	3.7	3.7	100.0
Total	190	100.0	100.0	

Informasi Jawaban Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	7	3.7	3.7	3.7
Banner	14	7.4	7.4	11.1
Event/Lomba	23	12.1	12.1	23.2
Instagram	38	20.0	20.0	43.2
Keluarga	27	14.2	14.2	57.4
Teman	81	42.6	42.6	100.0
Total	190	100.0	100.0	