

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Menurut Sujarweni (2019) jenis penelitian dapat di klasifikasikan dalam berbagai berbagai sudut pandang. Dapat dilihat dari sudut pandang jenis dan analisis data, berdasarkan tujuan, berdasarkan metode, berdasarkan tingkat eksplansi dan pendekatannya. 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 (Sugiono, 2015). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Brand Awareness Garnier Micellar Water.

#### **3.2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel atau juga data hasil wawancara peneliti dengan nara sumber. Data yang diperoleh dari data primer ini harus diolah lagi Sujarweni (2019). Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui prasurvey dan kuesioner yang dibagikan. Peneliti membagikan daftar pertanyaan dan pernyataan kepada konsumen yang menggunakan Micellar Cleansing Water.

#### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Menurut Sanusi (2017) cara survei merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti atau pengumpul data mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada responden baik dalam

bentuk lisan maupun secara tulisan. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini untuk memberikan informasi sesuai dengan yang diperlukan agar dapat menjelaskan masalah-masalah yang diteliti.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapat data, adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner. Menurut Sujarweni (2019) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam kuesioner ini terdapat pertanyaan yang logis hubungan dengan masalah penelitian.

### **3.5 Populasi dan Sampel**

#### **3.5.1 Populasi**

Menurut Sujarweni (2019) populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah perempuan yang menggunakan make-up secara rutin dan memiliki jenis kulit wajah berminyak.

#### **3.5.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, peneliti tidak mungkin mengambil semua untuk penelitian misal karena terbatasnya dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu Sujarweni (2019). Teknik pengamabilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Nonprobability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih. Teknik yang lebih tepat digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sampel berdasarkan pada kriteria kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria yang ditentukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

**Kriteria Pemilihan Sampel**

No	Kriteria Pemilihan Sampel
1	Perempuan yang menggunakan make-up secara rutin dan memiliki jenis kulit wajah berminyak
2	Berusia minimal 17 tahun

Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Micellar cleansing water dan jumlah sampel yang di ambil merujuk pada Hair et al

(2010 dalam sutrisno 2018 ) tergantung pada jumlah indikator atau pertanyaan dikali 5 sampai 10. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\text{jumlah pertanyaan} = 10$$

$$\text{jumlah X 10} = 10 \times 10$$

$$=100$$

Berdasarkan perhitungan di atas di dapat untuk sampel minimum menggunakan 100 sampel responden.

### **3.6 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2014). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel adalah *Brand Awareness*.

### **3.7 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional merupakan variabel yang diungkapkan dalam definisi konsep tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian /

objek yang diteliti. Secara operasional masing-masing variabel dapat di ukur melalui indikator-indikator sebagai berikut :

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi konsep	Definisi Oprasional	Indikator	Skala
1	Brand Awareness	Aker seperti dikutip oleh Retnawati (2013) mendefinisikan <i>Brand Awareness</i> (kesadaran merek) sebagai suatu penerimaan konsumen terhadap sebuah merek dalam benak mereka dimana ditunjukkan dari kemampuan mereka mengingat dan mengenali kembali sebuah merek ke dalam kategori tertentu	Brand Awareness adalah kemampuan calon pem-beli atau konsumen untuk mengenali maupun meng-ingat sebuah merek. Dalam hal ini tentunya bisa meliputi nama, gambar/ logo, serta slogan tertentu yang digunakan para pelaku pasar untuk mempromosikan produk-produknya.	-Top of Mind -Brand Recall -Brand Recoknition -Unaware of Brang	-Ordinal

### 1.8 Metode Analisis Data

Pengolahan data kuesioner dilakukan dengan mentabulasikan kuesioner responden. Dari alternatif jawaban yang menggunakan skala Ordinal, kemudian dianalisis dengan menggunakan rata-rata, Standar Deviasi, Frekuensi untuk mengetahui ukuran pemusatan dan ukuran keragaman tanggapan responden.

