

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Jenis Penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis dan logis untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017:8), adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian yang digunakan adalah *deskriptif*. *Deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan suatu variabel.

3.2 Sumber Data

Data yang dihasilkan oleh peneliti merupakan hasil akhir dari proses selama berlangsungnya penelitian. Sumber data yang digunakan dalam proses penelitian adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh peneliti data ini dikumpulkan khusus untuk menjawab masalah dalam penelitian secara khusus. Data yang digunakan adalah data dari hasil jawaban kuisisioner yang dibagikan kepada siswa kelas III yang ingin melanjutkan pendidikan ke jenjang perkuliahan.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain bukan secara langsung diperoleh dari sumbernya. Data sekunder yang digunakan oleh peneliti adalah jurnal dan buku – buku penunjang penelitian.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2009 p.193) metode pengumpulan data adalah pengujian data yang berkaitan dengan sumber dan cara untuk memperoleh data penelitian. Dalam penelitian ini, metode yang dipergunakan adalah metode survey melalui angket, yaitu penelitian yang menggunakan metode pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner kepada responden yang memuat daftar pertanyaan tentang permasalahan yang sedang diteliti dan meminta kesediaan responden untuk menjawab daftar pertanyaan tersebut.

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data, pengumpulan data berdasarkan komunikasi langsung antara peneliti dengan responden untuk mendapatkan data efektivitas IIB Darmajaya. penelitian ini menggunakan skala sikap (1,2,3,4,5). Dalam skala Sikap, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner pilihan dimana setiap item pernyataan disediakan 5 jawaban.

Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:

Skala Penilaian	Skor
Sangat Baik (SB)	5
Baik (B)	4
Kurang Baik (KB)	3
Tidak Baik (TB)	2
Sangat Tidak Baik (STB)	1

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2017:80), “Populasi adalah Wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah siswa kelas III yang ingin melanjutkan pendidikan ke jenjang perkuliahan.

3.4.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2017:81), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada, sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi. Dalam penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu dengan menggunakan teknik *sampling purposive* yaitu penentu sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan tersebut adalah :

1. Siswa/i kelas 3 (tiga) aktif
2. Berkeinginan melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi .

Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui menurut Rao (2015) digunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Dimana ;

n = Ukuran Sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi,
biasanya 10 %

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang harus diambil adalah:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 9,66$$

$$n = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

3.5 Variable Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:38) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel adalah tingkat efektivitas promosi IIB Darmajaya Bandar Lampung. Indikator yang diukur adalah dimensi empati (*emphaty*), dimensi persuasi (*persuasion*), dampak (*impact*), dan komunikasi (*communication*). Tindakan yang digunakan dalam analisis efektivitas pengukuran promosi menggunakan parameter EPIC.

3.6. Operasional Variabel

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Konsep Operasional	Indikator	Skala
Promosi	Menurut Tjiptono, (2016) Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yaitu aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan	Dalam penelitian ini promosi di posisikan seberapa efektif konsumen mengetahui informasi dari IIB Darmajaya.	<p>Emphati</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah promosi/strategi yang telah dilakukan menginformasikan secara rinci dan detail. 2. Apakah konsumen tertarik dengan promosi yang telah dilakukan 3. Bagaimana kesan/tanggapan konsumen terkait promosi yang telah dilakukan. 4. Promosi yang menarik sangat disukai oleh konsumen. <p>Persuasi</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah program promosi mampu mendorong keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. 2. Apakah program promosi dapat meyakinkan konsumen agar tidak beralih ke merek lain. <p>Impac/Dampak</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah dampak yang dihasilkan dari kegiatan promosi bersifat positif 2. Apakah promosi yang telah dilakukan lebih 	Likert

			<p>baik dari yang lainnya.</p> <p>3. Apakah pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh konsumen.</p> <p>Komunikasi</p> <p>1. Melalui program promosi, informasi yang diberikan bisa mudah diingat.</p> <p>2. Informasi dapat disampaikan melalui program promosi.</p> <p>3. Konsumen mendapatkan pengetahuan mengenai fungsi atau manfaat dari suatu produk atau jasa melalui program promosi</p>	
--	--	--	---	--

3.7 Uji persyaratan Instrumen

3.7.1 Uji Validitas Instrumen

Menurut Sugiyono (2017:121), Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid, dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dimaksudkan untuk menguji ketepatan item-item dalam kuesioner, apakah item-item yang ada mampu menggambarkan dan menjelaskan variable yang diteliti. Hal ini membuat peneliti menguji validitas dengan kuesioner (angket) yang langsung diberikan kepada mahasiswa IIB Darmajaya.

Untuk mengetahui validitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan rumus *Product Moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{[(\sum X^2) - (\sum X)^2] \cdot [(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r = Korelasi antara variabel X dan Y

n = Jumlah responden

X = Jumlah skor item

Y = Jumlah skor total seluruh item

Prosedur pengujian :

1. Rumus Hipotesis

- Ho = Jika probabilitas (sig.) < a 0,05 maka instrumen valid
- H₁ = Jika probabilitas (sig.) > a 0,05 maka instrumen tidak valid

Pengujian validitas instrumen dilakukan melalui program **IBM SPSS** (*Statistical Program and Service Solution seri 21*).

2. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan membandingkan probabilitas (sig) dengan alpha (0,05) maka akan disimpulkan instrumen tersebut dinyatakan valid atau sebaliknya.

3.7.2 Uji Reliabilitas Angket

Menurut Sugiyono (2017:74), Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. artinya memiliki sifat dapat dipercaya, yaitu apabila alat ukur digunakan berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain tetap memberikan hasil yang sama. Fungsi dari uji Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama.

Hasil penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan prosedur yang sama dengan uji validitas. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikaitkan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya.

Tabel 3.2 Nilai r Korelasi *Product Moment*

Koefisien nilai r	Kategori
0,8000 - 1,0000	Sangat tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang / cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat rendah

Sumber : Sugiyono (2008 p.87).

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 EPIC Model

Adapun cara untuk mengukur indeks ini dilakukan melalui 2 (dua) tahap yaitu :

1. Menentukan nilai presentase.

$$p = \frac{fi}{\sum fi}$$

Dimana :

P = persentase responden yang memilih kategori tertentu

fi = jumlah responden yang memilih kategori tertentu

$\sum fi$ = banyaknya jumlah responden

2. Menghitung *rata –rata* :

Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut.

$$x = \frac{\sum fi \cdot wi}{\sum_{i=1}^p fi} \times 100\%$$

Dimana:

w_i = bobot

f_i = jumlah responden yang memilih kategori tertentu

$\sum f_i$ = banyaknya jumlah responden

Setelah itu digunakan rentang skala penilaian untuk menentukan posisi tanggapan responden dengan menggunakan nilai skor setiap variabel. Bobot alternative jawaban yang berbentuk dari teknik skala peringkat terdiri dari kisaran antara 0 hingga 6 yang menggambarkan posisi yang sangat negatif ke posisi yang positif. Selanjutnya dihitung rentang skala dengan rumus sebagai berikut:

$$RS = \frac{R(\text{bobot})}{M}$$

Dimana:

R (bobot) : bobot terbesar-bobot terkecil

M : banyaknya kategori bobot

Rentang skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1 hingga 5, maka rentang skala penelitian yang didapat adalah:

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Sehingga posisi keputusannya menjadi:

	STE	TE	CE	E	SE
1,00	1,80	2,60	3,41	4,21	5,00

Keterangan:

STE : Sangat Tidak Efektif (masuk skala 1,00 – 1,80)

TE : Tidak Efektif (masuk skala 1,80 – 2,60)

CE : Cukup Efektif (masuk skala 2,60 – 3,40)

E : Efektif (masuk skala 3,40 – 4,20)

SE : Sangat Efektif (masuk skala 4,20 – 5,00)

Setiap dimensi EPIC Model akan dianalisis secara terpisah dengan menggunakan metode skor rata-rata untuk mengetahui efektivitas tiap dimensi tersebut dalam merek Jaya Bakery yang nantinya nilai rata-rata itu akan dimasukkan dalam rentang skala posisi keputusan dari Sangat Tidak Efektif (STE) sampai dengan Sangat Efektif (SE).