

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data yang merupakan gambaran yang akan digunakan untuk proses selanjutnya. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi responden yang menjadi objek dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, usia dan pendidikan.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Tabel 4.1

Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	66	60,0 %
Perempuan	44	40,0 %
Jumlah	110	100 %

Sumber: Data diolah pada tahun 2021

Pada tabel distribusi responden berdasarkan jenis kelamin di atas, dari 110 responden dapat diketahui bahwa responden laki-laki lebih besar jumlahnya dibanding dengan responden perempuan. Responden laki-laki sebanyak 66 orang atau 60%, sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 44 orang atau 40%. Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki.

Tabel 4.2
Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
16 - 17Tahun	13	11,8%
17 - 18 Tahun	55	50,0 %
>18 Tahun	42	38,2 %
Total	110	100 %

Sumber: Data diolah pada tahun 2021

Padatabel distribusi responden berdasarkan usiadi atas, dari 110 responden dapat diketahui bahwa responden dengan usia 17-18 tahun adalah responden terbanyak, sedangkan responden dengan jumlah terkecil adalah respondeng dengan usia 16-17 tahun. Responden terbesar dengan usia 17-18 tahun adalah sebanyak 55 orang atau 50,0%, sedangkan jumlah responden terkecil yaitu di usia 16-17 tahun adalah sebanyak 13 orang atau 11,8%. Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden dengan usia 17-18 tahun.

Tabel 4.3
Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Jurusan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
IPA	55	50,0 %
IPS	55	50,0 %
Total	110	100 %

Sumber: Data diolah pada tahun 2021

Padatabel distribusi responden berdasarkan jurusan di atas, dari 110 responden dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini, responden yang mengambil jurusan IPA dan IPS memiliki jumlah yang sama. Responden yang mengambil jurusan IPA adalah sebanyak 55 orang atau 50%, dan jumlah responden yang mengambil jurusan IPS adalah sebanyak 55 orang atau 50%.

Tabel 4.4**Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Rencana Studi**

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
Sarjana	101	91,8 %
Diploma	7	6,4 %
Kursus	2	1,8 %
Total	110	100 %

Sumber: Data diolah pada tahun 2021

Padatabel distribusi responden berdasarkan rencana studidi atas, dari 110 responden dapat diketahui bahwa responden yang berencana untuk melanjutkan studi ke jenjang Sarjana adalah responden terbanyak, sedangkan responden dengan jumlah terkecil adalah respondeng yang berencana untuk melanjutkan studi hanya mengambil Kursus. Responden terbesar yang berencana untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang Sarjana adalah sebanyak 101 orang atau 91,8%, sedangkan jumlah responden terkecil yaitu responden yang berencana hanya mengambil Kursus yaitu sebanyak 2 orang atau 1,8%. Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden yang berencana melanjutkan studi ke jenjang sarjana.

Tabel 4.5**Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Penghasilan Orang Tua**

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1-2 Juta/Bulan	25	22,7 %
3-4 juta/Bulan	51	46,4 %
5-6juta/Bulan	22	20,0 %
>7 juta/Bulan	12	10,9
Total	110	100 %

Sumber: Data diolah pada tahun 2021

Padatabel distribusi responden berdasarkan penghasilan orang tua, dari 110 responden dapat diketahui bahwa responden dengan penghasilan orang tua 3-4 juta/bulan adalah responden terbanyak, sedangkan responden dengan

jumlah terkecil adalah respondeng dengan penghasilan orang tua >7 juta/bulan. Responden terbesar dengan penghasilan orang tua 3-4 juta/bulan adalah sebanyak 51 orang atau 46,4%, sedangkan jumlah responden terkecil yaitu respondeng dengan penghasilan orang tua >7 juta/bulan adalah sebanyak 12 orang atau 10,9%. Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden dengan penghasilan orang tua sebesar 3-4 juta/bulan.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden di uji dengan uji validitas dan uji realibilitas yang diuji cobakan pada responden. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akandihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS 21.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Kuesioner Top Of Mind

Pernyataan	<i>r</i>_{hitung}	<i>r</i>_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,573	0.1975	<i>r</i>_{hitung} > <i>r</i>_{tabel}	Valid
Butir 2	0,573	0.1975	<i>r</i>_{hitung} > <i>r</i>_{tabel}	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2021, dengan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji validitas dimensi *Top Of Mind* dengan menampilkan seluruh item. Hasil yang didapatkan yaitu nilai *r*_{hitung} > *r*_{tabel}, dimana nilai *r*_{hitung} paling tinggi yaitu 0,620 dan paling rendah 0,337. Dengan demikian seluruh item Disiplin Kerja (X1) dinyatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Kuesioner Brand Recall

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,495	0.1975	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,495	0.1975	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2021, dengan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji validitas variabel *Brand Recall* dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Pengembangan Karir. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,716 dan paling rendah 0,518. Dengan demikian seluruh variabel *Brand Recall* dinyatakan valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Kuesioner Brand Recognition

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,432	0,1975	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,432	0,1975	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah pada tahun 2021, dengan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji validitas variabel *Brand Recall* dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai *Brand Recall*. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,617 dan paling rendah 0,447. Dengan demikian seluruh item Kinerja Pegawai (Y) dinyatakan valid.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Kuesioner Unware Of Brand (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,576	0,1975	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Butir 2	0,508	0,1975	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,717	0,1975	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,564	0,1975	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2021, dengan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji validitas variabel *Unware Of Brand* dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai *Unware Of Brand*. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,717 dan paling rendah 0,508. Dengan demikian seluruh item Kinerja Pegawai (Y) dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrumen Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program SPSS 21. Hasil uji reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 4.10
Interprestasi Nilai R

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1,000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Anwar Sanusi (2021), dengan SPSS 22

Berdasarkan tabel 4.10 ketentuan reliabel diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien alphacronbach's	Koefisien r	Simpulan
<i>Top Of Mind</i>	0,725	0,6000 – 0,7999	Tinggi
<i>Brand Recall</i>	0,662	0,6000 – 0,7999	Tinggi
<i>Brand Recognition</i>	0,600	0,6000 – 0,7999	Tinggi
<i>Unware Of Brand</i>	0,781	0,6000 – 0,7999	Tinggi

Sumber: Data diolah pada tahun 2021, dengan SPSS 22

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.15 nilai cronbach' alpha variabel *Top Of Mind* sebesar 0,725, dengan tingkat reliabel tinggi, untuk variabel *Brand Recall* memiliki nilai cronbach's alpha yaitu 0,662, dengan tingkat reliabel tinggi, untuk variabel *Brand Recognition* memiliki nilai cronbach's alpha yaitu 0,600, dan untuk variabel *Unware Of Brand* memiliki nilai cronbach's alpha yaitu 0,781 dengan tingkat reliabel tinggi.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Hasil Analisis Tabulasi Frekuensi Kesadaran Merek (Brand Awareness)

Untuk mengetahui pernyataan responden mengenai variabel *Brand Awareness* dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

1. Analisis *Top of Mind*

Top of mind menggambarkan merek yang pertama kali diingat oleh responden atau merek yang pertama kali disebut oleh responden ketika ditanya tentang suatu kategori merek produk atau merek jasa. Top of mind adalah single respon satu responden hanya boleh memberikan satu pertanyaan ini dalam pertanyaan ini responden diminta untuk menyebutkan satu perguruan tinggi swasta yang pertama kali muncul dibenak mereka, yang pertama kali mereka ingat, tanpa ada bantuan dan hasil jawaban responden terhadap top

of mind sebuah merek Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung adalah sebagai berikut.

Tabel 4.12
Tabulasi Jawaban Top of Mind 110 Responden, Berdasarkan
Pertanyaan Kuesioner Terbuka

No.	Perguruan Tinggi	Frekuensi	Persentase
1	IIB Darmajaya	37	33.6 %
2	Univ. Bandar Lampung	40	36.4 %
3	Univ. Muhammadiyah Lampung	4	3.6 %
4	Univ. Teknokrat	18	16.4 %
5	Umitra	9	8.2 %
6	Univ. Malahayati	2	1.8 %
Total		110	100 %

Analisis *Top of Mind* berdasarkan tabel 4.12 diatas berdasarkan kuesioner terhadap 110 responden maka dapat diketahui bahwa yang menjadi *Top of Mind* responden pada Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung adalah Perguruan Tinggi atau Universitas Bandar Lampung (UBL) dengan pernyataan responden sebanyak 40 orang atau 36,4 % responden, kemudian untuk urutan ke dua nama Perguruan Tinggi Swasta yang berada di Bandar Lampung, yang menjadi *Top of Mind* adalah Perguruan Tinggi atau Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya, dengan pernyataan responden sebanyak 37 orang atau 33,6 % responden, untuk urutan ketiga yang menjadi *Top of Mind* Perguruan Tinggi di Bandar Lampung yaitu Perguruan Tinggi atau Universitas Teknokrat Indonesia, dengan pernyataan responden sebanyak 18 orang atau 16,4 %.

Perguruan Tinggi yang berada pada urutan terakhir top of mind Perguruan Tinggi di Bandar Lampung yaitu Perguruan Tinggi atau Universitas Malahayati, dengan pernyataan responden sebanyak 2 orang atau 1,8 %. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa nama Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung, dengan pernyataan *Top of Mind* tertinggi, dikalangan Siswa/i di Kabupaten Tanggamus adalah Perguruan Tinggi atau Universitas Bandar Lampung, sedangkan IIB Darmajaya menempati urutan kedua dengan pernyataan responden sebanyak 37 orang 33,6 % responden.

Pada tabel 4.13 responden yang berjumlah 110 diminta untuk menjawab pernyataan yang terdapat pada kuesioner tertutup untuk memperkuat hasil analisis pada tabel 4.16, dengan pernyataan pertama (P1) “Ketika ditanya kampus swasta terbesar di Bandar Lampung, kampus yang pertamakali muncul dibenak saudara adalah kampus Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya”. Hasil jawaban responden terhadap dalam menjawab pernyataan pertama (P1) yang berhubungan dengan *Top of Mind* sebuah merek Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung adalah sebagai berikut.

Tabel 4.13

Tabulasi Jawaban *Top of Mind* 110 Responden Berdasarkan Pernyataan Kuesioner Tertutup (Pernyataan 1)

P1			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	5	4,54 %
2	Tidak Setuju	24	21,8 %
3	Kurang Setuju	44	40,0 %
4	Setuju	29	26,3 %
5	Sangat Setuju	8	7,2 %
Total		110	100 %

Pada tabel di atas, 110 responden yang menjawab pernyataan pertama (P1) mayoritas responden menjawab Kurang Setuju, dengan jumlah responden sebanyak 44 orang atau 40,0 %. Sedangkan pada pertanyaan kedua yang juga diarahkan pada pembahasan *Top of Mind*, hasil yang nampak memperkuat pembahasan pada tabel 4.16. Berdasarkan jawaban tersebut maka dapat disimpulkan bahwa responden berpendapat IIB Darmajaya bukanlah Perguruan tinggi yang berada pada *Top of Mind*.

Pada tabel 4.14 responden yang berjumlah 110 diminta untuk menjawab pernyataan yang terdapat pada kuesioner tertutup untuk memperkuat hasil analisis pada tabel 4.16, dengan pernyataan kedua (P2) “Ketika ditanya kampus terbaik di Bandar Lampung, kampus yang muncul dibenak saudara adalah kampus Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya”. Hasil jawaban responden terhadap pernyataan kedua (P2) yang berhubungan dengan *Top of Mind* sebuah merek Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung adalah sebagai berikut.

Tabel 4.14

Tabulasi Jawaban *Top of Mind* 110 Responden Berdasarkan Pernyataan Kuesioner Tertutup (Pernyataan 2)

P2			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1.	Sangat Tidak Setuju	6	5,45 %
2.	Tidak Setuju	22	20,0 %
3.	Kurang Setuju	45	40,9 %
4.	Setuju	27	24,5 %
5.	Sangat Setuju	10	9,09 %
Total		110	100 %

Untuk menjawab pernyataan kedua (P2) yang ditujukan pada 110 responden, mayoritas responden menjawab Kurang Setuju, dengan

jumlah responden sebanyak 45 orang atau 40,9 %. Hasil yang nampak pada (P2) ini memiliki kecenderungan jawaban yang sama dengan (P1), mayoritas pernyataan tertinggi adalah kurang setuju dan hasil yang nampak juga memperkuat pembahasan pada tabel 4.16.

2. Analisis *Brand Recall*

Brand recall atau pengingatan kembali merek mencerminkan merek-merek yang diingat oleh responden setelah menyebut merek yang pertama tersebut. *Brand recall* merupakan *multi response question* yang menghasilkan jawaban tanpa dibantu. Hasil dari 110 responden terhadap *Brand Recall* dengan menjawab pertanyaan pertama (P1) “Sebutkan Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung yang anda ketahui kecuali yang telah anda sebutkan di pertanyaan nomor 1” sebagai berikut.

Tabel 4.15
Tabulasi Jawaban *Brand Recall* 110 Responden, Berdasarkan Pertanyaan Kuesioner Terbuka (P1)

No.	Perguruan Tinggi	Frekuensi	Persentasi
P1			
1	Darmajaya	43	39 %
2	Univ Bandar Lampung	29	26.3%
3	Univ Muhammadiyah Lampung	3	2,72%
4	Univ Teknokrat	24	21.8%
5	Umitra	6	5.4%
6	Univ Malahayati	4	3.6%
7	Saburai	1	0,9%
Total		110	100 %

Analisis *Brand Recall* pada tabel 4.15 diatas berdasarkan kuesioner yang telah didistribusikan pada 110 responden maka dapat diketahui bahwa yang menjadi *Brand Recall* responden pada Perguruan Tinggi

Swasta di Bandar Lampung adalah Perguruan Tinggi atau Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya dengan pernyataan responden sebanyak 42 orang atau 38,2% responden, kemudian untuk urutan ke dua nama Perguruan Tinggi Swasta yang berada di Bandar Lampung, yang menjadi *Brand Recall* adalah Perguruan Tinggi atau Universitas Bandar Lampung (UBL), dengan pernyataan responden sebanyak 27 orang atau 24,5 % responden, untuk urutan ketiga yang menjadi *Brand Recall* Perguruan Tinggi di Bandar Lampung yaitu Perguruan Tinggi atau Universitas Teknokrat, dengan pernyataan responden sebanyak 24 orang atau 21,8%.

Perguruan Tinggi yang berada pada urutan terakhir *Brand Recall* Perguruan Tinggi di Bandar Lampung yaitu Perguruan Tinggi atau Universitas Saburai, dengan pernyataan responden sebanyak 1 orang atau 3,6%. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa nama Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung, dengan pernyataan *Brand Recall* tertinggi, dikalangan Siswa/i di Kabupaten Tanggamus adalah Perguruan Tinggi atau Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya, sedangkan yang menjadi urutan terakhir *Brand Recall* nama Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung dikalangan siswa/i di Kabupaten Tanggamus adalah Perguruan Tinggi atau Universitas Saburai.

Hasil dari 110 responden terhadap *Brand Recall* dengan menjawab pertanyaan kedua (P2) “Sebutkan Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung yang paling menarik menurut anda kecuali yang telah anda sebutkan di pertanyaan nomor 1”, disajikan pada tabel 4.16 sebagai berikut.

Tabel 4.16
Tabulasi Jawaban *Brand Recall* 110 Responden, Berdasarkan
Pertanyaan Kuesioner Terbuka (P2)

P2			
1	Darmajaya	42	38.2 %
2	Univ Bandar Lampung	27	24.5 %
3	Univ Muhammadiyah Lampung	4	3.6 %
4	Univ Teknokrat	25	22.7 %
5	Umitra	4	3.6 %
6	Univ Malahayati	7	6.4 %
7	Saburai	1	0.9 %
Total		110	100 %

Pada tabel 4.16 pertanyaan kedua (P2), dengan pertanyaan adalah juga pertanyaan yang mengarahkan responden pada jawaban Kelompok *Brand Recall*, dimana melalui pertanyaan ini juga dihasilkan bahwa sebagian besar responden menjawab Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya, yaitu sebanyak 42 orang atau 38,2 %, sedang yang paling kecil adalah juga tetap Universitas Saburai, yaitu sejumlah 1 orang atau 0,9 %. Untuk menjawab pernyataan kedua(P2) yang ditujukan pada 110 responden, mayoritas responden menjawab Kurang Setuju, dengan jumlah responden sebanyak 45 orang atau 40,9 %.

Pada tabel 4.17 responden yang berjumlah 110 diminta untuk menjawab pernyataan yang terdapat pada kuesioner tertutup untuk memperkuat hasil analisis pada tabel 4.19 dan 4.20, dengan pernyataan pertama (P1) “Darmajaya THE BEST” merupakan *tag line* Darmajaya”. Hasil jawaban responden terhadap pernyataan pertama (P1) yang berhubungan dengan *Brand Recall* sebuah merek Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung adalah sebagai berikut.

Tabel 4.17
Tabulasi Jawaban *Brand Recall* 110 Responden Berdasarkan
Pernyataan Kuesioner Tertutup (P1)

P1			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	2.7 %
2	Tidak Setuju	12	10,9 %
3	Kurang Setuju	16	14.5 %
4	Setuju	48	43.6 %
5	Sangat Setuju	31	28.18 %
Total		110	100%

110 responden yang menjawab pernyataan pertama (P1) mayoritas responden menjawab Setuju, dengan jumlah responden sebanyak 48 orang atau 43,6 %. Berdasarkan hasil jawaban responden pada kuesioner tertutup (P1) nampak bahwa responden telah mengenal IIB Darmajaya melalui *tag line* yang dimiliki oleh IIB Darmajaya, sehingga mayoritas responden menjawab setuju. Jawaban pada tabel 4.17 ini (P1) juga memperkuat hasil jawaban pada tabel 4.15 dan 4.16

Pada tabel 4.18 responden yang berjumlah 110 diminta untuk menjawab pernyataan yang terdapat pada kuesioner tertutup untuk memperkuat hasil analisis pada tabel 4.19 dan 4.20, dengan pernyataan kedua (P2) “Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya adalah kampus *Technopreneur*”. Hasil jawaban responden terhadap pernyataan kedua (P2) yang berhubungan dengan *Brand Recall* sebuah merek Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung adalah sebagai berikut.

Tabel 4.18
Tabulasi Jawaban *Brand Recall* 110 Responden Berdasarkan
Pernyataan Kuesioner Tertutup (P2)

P2			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	3	2,7 %
2	Tidak Setuju	12	10.9 %
3	Kurang Setuju	14	12.7 %
4	Setuju	53	48.18 %
5	Sangat Setuju	28	25.45 %
Total		110	100 %

110 responden yang menjawab pernyataan pertama (P2) mayoritas responden menjawab Setuju, dengan jumlah responden sebanyak 53 orang atau 48,18 %. Berdasarkan hasil jawaban responden pada kuesioner tertutup (P2), responden juga telah mengenal IIB Darmajaya sebagai kampus *Technopreneur*, sehingga mayoritas responden menjawab setuju. Jawaban pada tabel 4.18 ini memiliki kecendrungan pernyataan yang sama dengan tabel 4.17 (P1), sehingga hasil pernyataan juga memperkuat hasil jawaban pada tabel 4.15 dan 4.16.

3. Analisis *Brand Recognition*

Brand Recognition merupakan pengukuran *Brand Awareness* responden dimana kesadaran diukur dengan memberikan bantuan. Pertanyaan yang diajukan dibantu dengan menyebutkan ciri-ciri merek tersebut seperti logo atau ciri-ciri yang lain, berhubungan dengan perusahaan tersebut. Pertanyaan yang diajukan dibantu untuk mengetahui seberapa banyak responden yang perlu diingat akan keberadaan merek tersebut. Pada tabel 4.19 ini responden diminta untuk menjawab pertanyaan melalui kuesioner terbuka, dengan pertanyaan “sebutkan Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung yang memiliki *tagline* “THE BEST” serta warna Biru

sebagai ciri khasnya”. Berikut ini adalah tabel dari hasil analisis 110 responden yang menunjukkan *Brand Recognition* terhadap merek Perguruan Tinggi IIB Darmajaya.

Tabel 4.19
Tabulasi Jawaban *Brand Recognition* 110 Responden,
Berdasarkan Pertanyaan Kuesioner Terbuka (P1)

No.	Perguruan Tinggi	Frekuensi	Persentasi
P1			
1	Darmajaya	99	90.0 %
2	Tidak Tau	5	4.5 %
3	Univ. Bandar Lampung	5	4.5 %
4	Univ. Muhammadiyah Lampung	1	0.9 %
Total		110	100 %

Analisis *Brand Recognition* pada tabel 4.19 diatas berdasarkan kuesioner yang telah didistribusikan pada 110 responden, menunjukkan bahwa responden menjadi kenal akan kampus IIB Darmajaya setelah diberikan pertanyaan yang sifatnya membantu untuk mengingat IIB Darmajaya, sehingga mayoritas responden setelah diajukan pertanyaan tersebut, mereka menjawab bahwa kampus dengan ciri-ciri tersebut adalah kampus IIB Darmajaya, dengan jumlah responden dengan jawaban tersebut sebanyak 99 orang atau 90 %, sedangkan responden yang masih salah menjawab atau belum dapat mengingat sebanyak 6 atau 5,45 %, dan responden yang tidak tau sama sekali setelah diingatkan sebanyak 5 orang atau 4,5 %.

Pada tabel 4.20 dibawah adalah hasil dari 110 responden terhadap *Brand Recognition* dengan menjawab pertanyaan kedua (P2) “Apakah anda mengenal Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya”, untuk menjawab pertanyaan tersebut responden diberikan jawaban pilihan yang antara lain adalah (a). Responden

telah mengenal dan telah menuliskannya di pertanyaan nomor 1 dan 2, (b). Responden mengenal setelah mengisi pertanyaan ini, dan (c). Responden tidak mengenal sama sekali. Pertanyaan yang digunakan pada penjelasan tabel 4.20 ini bermaksud untuk menjadikan jawaban yang telah didapat pada tabel 4.20 menjadi lebih spesifik, atau dapat membedakan responden kedalam kelompok *Brand Recognition* atau *Unware of Brand*. Hasil jawaban akan dijelaskan sebagai berikut

Tabel 4.20
Tabulasi Jawaban *Brand Recognition* 110 Responden, Berdasarkan
Pertanyaan Kuesioner Terbuka (P2)

P2			
1	Ya, Saya mengenal dan telah menuliskannya di pertanyaan nomor 1 dan 2.	79	76.4 %
2	Ya, Saya mengenal setelah mengisi pertanyaan ini.	25	18.2 %
3	Tidak mengenal sama sekali.	6	5.5 %
Total		110	100 %

Pada tabel 4.20 pertanyaan kedua (P2), dengan pertanyaan yang mengarahkan responden pada jawaban Kelompok *Brand Recognition*, dimana melalui pertanyaan ini dapat terlihat bahwa responden yang ada pada kelompok *Brand Recognition* adalah sebanyak 25 orang atau 18,2 %, 6 orang responden atau 5,5 % ada dalam kelompok *Unware of Brand*, dan sisanya 79 orang atau 76,4 % terbagi menjadi 2 kelompok yaitu *Top of Brand* dan *Brand Recall*.

Pada tabel 4.21 responden yang berjumlah 110 diminta untuk menjawab pernyataan yang terdapat pada kuesioner tertutup untuk memperkuat hasil analisis pada tabel 4.18 dan 4.19, dengan pernyataan pertama (P1) “Manajemen, Akuntansi dan Ilmu Komputer adalah Program Studi yang terdapat di IIB Darmajaya”.

Hasil jawaban responden terhadap pernyataan pertama (P1) yang berhubungan dengan *Brand Recognition* sebuah merek Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung adalah sebagai berikut.

Tabel 4.21
Tabulasi Jawaban *Brand Recognition* 110 Responden
Berdasarkan Pernyataan Kuesioner Tertutup (P1)

P1			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	2	1,8 %
3	Kurang Setuju	4	3,6 %
4	Setuju	69	62,7 %
5	Sangat Setuju	35	31,8 %
Total		110	100%

110 responden yang menjawab pernyataan pertama (P1) mayoritas responden menjawab Setuju, dengan jumlah responden sebanyak 69 orang atau 62,7 %. Berdasarkan hasil jawaban responden pada kuesioner tertutup (P1), responden juga telah mengenal IIB Darmajaya setelah diingatkan dengan beberapa ciri-ciri dari IIB Darmajaya sebagaimana telah dijelaskan di atas, sehingga mayoritas responden menjawab setuju. Jawaban pada tabel 4.21 ini memiliki kecenderungan pernyataan yang sama dengan jawaban pada tabel 4.23 (P1).

Pada tabel 4.26 responden yang berjumlah 110 diminta untuk menjawab pernyataan yang terdapat pada kuesioner tertutup untuk memperkuat hasil analisis pada tabel 4.23 dan 4.24, dengan pernyataan kedua (P2) “Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya adalah kampus *Technopreneur*”. Hasil jawaban responden terhadap pernyataan pertama (P2) yang berhubungan dengan *Brand Recognition* sebuah merek Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung adalah sebagai berikut.

Tabel 4.22
Tabulasi Jawaban *Brand Recognition* 110 Responden
Berdasarkan Pernyataan Kuesioner Tertutup (P2)

P2			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	1	0,90 %
3	Kurang Setuju	5	4,54 %
4	Setuju	72	65,4 %
5	Sangat Setuju	32	29,09 %
Total		110	100 %

110 responden yang menjawab pernyataan kedua (P2) mayoritas responden juga menjawab Setuju, dengan jumlah responden sebanyak 72 orang atau 65,4 %. Berdasarkan hasil jawaban responden pada kuesioner tertutup (P2), responden juga telah mengenal IIB Darmajaya setelah diingatkan dengan beberapa ciri-ciri dari IIB Darmajaya sebagaimana telah dijelaskan di atas, sehingga mayoritas responden menjawab setuju.

4. Analisis *Unaware of Brand*

Unaware of Brand merupakan salah satu bentuk respon kepada konsumen terhadap suatu jenis merek bahwa konsumen tidak mengenal terhadap jenis merek produk atau merek jasa tersebut. Dalam penelitian ini sebanyak 110 responden diminta untuk menjawab pertanyaan melalui kuesioner tertutup pertama (P1), dengan pertanyaan “Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya adalah kampus di Lampung yang memiliki program studi Manajemen, Akuntansi dan Ilmu Komputer”.

Tabel 4.23

Tabulasi Jawaban *Unaware of Brand* 110 Responden Berdasarkan Pernyataan Kuesioner Tertutup (P1)

P1			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	0,90 %
2	Tidak Setuju	1	0,90 %
3	Kurang Setuju	4	3,63 %
4	Setuju	68	61,8 %
5	Sangat Setuju	36	32,7 %
Total		110	100%

110 responden yang menjawab pernyataan kedua (P1) mayoritas responden juga menjawab Setuju, dengan jumlah responden sebanyak 68 orang atau 61,8 %, dan jumlah pernyataan terkecil adalah pada pernyataan sangat tidak setuju dan tidak setuju yaitu sebanyak masing-masing pernyataan 1 orang atau masing-masing 0,90 %, sementara responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 4 orang atau 3,63 %. Berdasarkan hasil pernyataan tersebut terlihat bahwa terdapat 6 responden yang tidak mengenal IIB Darmajaya, sehingga walaupun telah dibantu agar ingat atau mengenal IIB Darmajaya dengan ciri-ciri yang dimiliki IIB Darmajaya, responden masih menjawab dengan jawaban yang salah, tidak ingat, atau menjawab kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Pada tabel 4.24 responden yang berjumlah 110 diminta untuk menjawab pernyataan kedua (P2) yang terdapat pada kuesioner tertutup, berhubungan dengan *Unware of Brand*, dengan pernyataan “Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya adalah salah satu kampus terbesar di Lampung dengan biaya yang terjangkau”. Hasil jawaban responden terhadap pernyataan kedua (P2) yang berhubungan dengan *Unware of Brand* sebuah merek

Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung adalah sebagai berikut.

Tabel 4.24

Tabulasi Jawaban *Unaware of Brand* 110 Responden Berdasarkan Pernyataan Kuesioner Tertutup (P2)

P2			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	0,90 %
2	Tidak Setuju	2	1,81 %
3	Kurang Setuju	3	2,72 %
4	Setuju	71	64,5 %
5	Sangat Setuju	33	30 %
Total		110	100 %

110 responden yang menjawab pernyataan kedua (P2) mayoritas responden juga menjawab Setuju, dengan jumlah responden sebanyak 71 orang atau 64,5 %, dan jumlah pernyataan terkecil adalah pada pernyataan sangat tidak setuju yaitu sebanyak 1 orang atau 0,90 % dan tidak setuju sebanyak 2 orang atau 1,81 %, sedangkan untuk pernyataan kurang setuju dinyatakan oleh responden sebanyak 3 orang atau 2,72 %. Berdasarkan hasil pernyataan tersebut terlihat ada kesamaan dengan hasil pada tabel 4.23, dimana juga terdapat 6 responden yang tidak mengenal IIB Darmajaya, sehingga walaupun telah dibantu agar ingat atau mengenal IIB Darmajaya dengan ciri-ciri yang lain (tidak seperti yang sudah ditanyakan pada tabel 4.23) yang dimiliki IIB Darmajaya, responden masih menjawab dengan jawaban yang salah, tidak ingat, atau menjawab kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Pada tabel 4.25 responden yang berjumlah 110 diminta untuk menjawab pernyataan ketiga (P3) yang terdapat pada kuesioner tertutup, berhubungan juga berhubungan dengan *Unaware of Brand*,

dengan pernyataan “Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya adalah kampus yang berkomitmen untuk menghasilkan pengusaha muda yang dibekali dengan keterampilan teknologi”. Hasil jawaban responden terhadap pernyataan ketiga (P3) yang berhubungan dengan *Unware of Brand* sebuah merek Perguruan Tinggi Swasta di Bandar Lampung adalah sebagai berikut.

Tabel 4.25

Tabulasi Jawaban *Unaware of Brand* 110 Responden Berdasarkan Pernyataan Kuesioner Tertutup (P3)

P3			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	1	0,90 %
3	Kurang Setuju	5	4,54 %
4	Setuju	75	68,1 %
5	Sangat Setuju	29	26,3 %
Total		110	100 %

110 responden yang menjawab pernyataan ketiga (P3) mayoritas responden juga menjawab Setuju, dengan jumlah responden sebanyak 75 orang atau 68,1 %, dan jumlah pernyataan terkecil adalah pada pernyataan tidak setuju yaitu sebanyak 1 orang atau 0,90 % dan kurang setuju sebanyak 2 orang atau 1,81 %. Berdasarkan hasil pernyataan tersebut terlihat ada kesamaan dengan hasil pada tabel 4.27, dan tabel 4.28 dimana juga terdapat 6 responden yang tidak mengenal IIB Darmajaya, sehingga walaupun telah dibantu agar ingat atau mengenal IIB Darmajaya dengan ciri-ciri yang lain (tidak seperti yang sudah ditanyakan pada tabel 4.23 dan tabel 4.24) yang dimiliki IIB Darmajaya, masih terdapat responden yang menjawab dengan jawaban yang salah, tidak ingat, atau menjawab kurang setuju dan tidak setuju.

Pada tabel 4.26 responden yang berjumlah 110 diminta untuk menjawab pernyataan keempat (P4) yang terdapat pada kuesioner tertutup, yang masih berhubungan dengan *Unware of Brand* seperti pada (P1), (P2), dan (P3), dengan pernyataan “Kampus Biru, logo lingkaran biru, padi dan kapas, siger emas, gambar perisai yang didalamnya terdapat gambar buku yang sedagn terbuka, 5 bintang, dan gajah lampung, merupakan ciri khas Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya”. Pernyataan pada (P4) adalah pernyataan terakhir yang memberikan informasi yang lebih banyak tentang ciri-ciri IIB Darmajaya yang diharapkan responden dapat ingat pada IIB Darmajaya, atau bahkan dengan pertanyaan ini akan terlihat dengan jelas bahwa terdapat responden yang benar-benar tidak tau IIB Darmajaya. Hasil jawaban responden terhadap pernyataan kedua (P2) yang berhubungan dengan *Unware of Brand* sebuah merek Perguruan Tinggi Swasta di Bandar lampung adalah sebagai berikut.

Tabel 4.26

Tabulasi Jawaban *Unaware of Brand* 110 Responden Berdasarkan Pernyataan Kuesioner Tertutup (P4)

P4			
No.	Pernyataan	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	0	0 %
2	Tidak Setuju	3	2,72 %
3	Kurang Setuju	3	2,72 %
4	Setuju	73	66,3 %
5	Sangat Setuju	31	28,1 %
Total		110	100 %

110 responden yang menjawab pernyataan keempat (P4) mayoritas responden juga menjawab Setuju, dengan jumlah responden sebanyak 73 orang atau 66,3 %, dan jumlah pernyataan terkecil adalah pada pernyataan tidak setuju yaitu sebanyak 3 orang atau

2,72 % dan kurang setuju sebanyak 3 orang atau 2,72 %. Berdasarkan hasil pernyataan tersebut terlihat ada kesamaan dengan hasil pada tabel 4.27, tabel 4.28, dan 4.29 dimana masih secara konsisten terdapat 6 responden yang tidak mengenal IIB Darmajaya, sehingga walaupun telah dibantu agar ingat atau mengenal IIB Darmajaya dengan ciri-ciri yang lain (tidak seperti yang sudah ditanyakan pada tabel 4.27, tabel 4.28, dan tabel 4.29) yang dimiliki IIB Darmajaya, masih terdapat responden yang menjawab dengan jawaban yang salah, tidak ingat, atau menjawab kurang setuju dan tidak setuju.

Dari hasil pernyataan yang terlihat pada tabel 4.23, tabel 1.24, tabel 4.25 dan tabel 4.26. maka dapat disimpulkan kelompok responden yang berada pada *Unware of Brand* adalah sebanyak 6 orang atau 5,45 % sama dengan informasi yang terdapat pada tabel 4.24