

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, sugiyono (2016:7) menjelaskan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah metode yang berlandaskan terhadap filsafat positivisme, digunakan dalam meneliti terhadap sampel dan populasi penelitian, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menyajikan data berupa angka-angka sebagai hasil penelitiannya. Metode deskriptif digunakan untuk membuat gambaran atau deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena yang ada, penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan variabel secara apa adanya didukung dengan data berupa angka dihasilkan dari keadaan sebenarnya.

Penelitian ini menggunakan metode survei untuk pengumpulan data. survei adalah metode penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. kuesioner (angket) adalah instrumen yang berupa daftar pertanyaan atau pertanyaan tertulis yang dijawab atau diisi oleh responden sesuai dengan petunjuk pengisiannya (sanjaya, 2015:255). Jenis pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling acak (simple random sampling), kuesioner yang disebarluaskan nantinya menggunakan media penyebaran google form, dengan responden yang diambil dari siswa/siswi SMK NU Al-Farisi tarogong kaler garut kelas sepuluh yang sudah memutuskan mendaftar, skala pengukuran menggunakan skala likert. Dan teknik analisis data kuantitatif dan teknik analisis deskriptif.

3.2 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), objek penelitian merupakan atribut, sifat, atau nilai dari seseorang, objek, maupun kegiatan yang memiliki variasi tertentu untuk diteliti sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini, objek yang diteliti mencakup dua bagian utama, yaitu:

1. Variabel Independen (Variabel Bebas): Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Objek dalam variabel ini adalah Promosi (X1) dan *Brand Image* (X2).
2. Variabel Dependen (Variabel Terikat): Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Objek dalam variabel ini adalah Keputusan Siswa Mendaftar (Y).

3.3. Tempat dan Waktu Penelitian

3.3.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di SMK NU Al Farisi, yang beralamat di Jalan Terusan Rancabango Kp, Cipenta RT 11 RW 03 Desa Mekarjaya Kecamatan Tarogong Kaler, Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat.

3.3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan februari 2025 sampai dengan bulan juli 2026.

Tabel 3 1
jadwal penelitian

Jenis kegiatan	bulan					
	Feb	mar	apr	mei	Juni	Juli
1. Penyusunan judul penelitian						
a. Pengajuan judul proposal						
b. Pra survei peneliitian						
c. Penyusunan proposal skripsi						
d. Sidang seminar proposal skripsi						
2. Penyusunan skripsi						
a. Observasi lapangan						
b. Penyebaran kuisisioner						
c. Analisa dan pengolahan data						
d. Penyusunan laporan akhir skripsi						
e. Sidang akhir skripsi						

(Sumber: peneliti, 2026)

3.4. Variabel dan Operasionalisasi Variabel

3.4.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Variabel Independen (X): Variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini adalah Promosi (X1) dan *Brand Image* (X2).
2. Variabel Dependen (Y): Variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini adalah Keputusan Siswa Mendaftar (Y).

3.4.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Sugiyono (2019:67) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya Menurut (Sugiyono, 2019: 69) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi perubahan dari variabel terikat, sementara itu. Variabel terikat merupakan variabel dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel bebas (*independent*), promosi dan *brand image* dan variabel terikat (*dependent*). Berikut adalah indikator indikator yang digunakan sebagai dasar penyusunan kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 3 2

Operasional Variabel Penelitian

Definisi Operasional	indikator	pernyataan	Skala
Promosi (X ₁) Promosi adalah kegiatan komunikasi pemasaran	Jangkauan Promosi	1. Informasi promosi mudah diperoleh.	Likert (1–5)
		2. Promosi menjangkau calon siswa.	Likert (1–5)
		3. Media promosi mudah diakses.	Likert (1–5)

Definisi Operasional	indikator	pernyataan	Skala
yang dilakukan sekolah untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan masyarakat mengenai layanan pendidikan sehingga dapat memengaruhi keputusan siswa mendaftar (Kotler & Keller, 2016).	Kualitas Promosi	1. Informasi promosi jelas.	Likert (1–5)
		2. Isi promosi menarik.	Likert (1–5)
		3. Informasi sesuai kondisi sekolah.	Likert (1–5)
	Kuantitas Promosi	1. Promosi dilakukan secara rutin.	Likert (1–5)
		2. Frekuensi promosi memadai.	Likert (1–5)
		3. Menggunakan berbagai media promosi.	Likert (1–5)
Brand Image (X_2) Brand image adalah persepsi masyarakat terhadap sekolah yang terbentuk melalui pengalaman, informasi, dan penilaian mengenai reputasi, kualitas layanan, serta lulusan sekolah (Keller, 2013).	Kekuatan (strength)	1. Reputasi sekolah baik.	Likert (1–5)
		2. Sekolah memiliki kredibilitas.	Likert (1–5)
		3. Masyarakat percaya terhadap sekolah.	Likert (1–5)
	Kesukaan (favorability)	1. Kualitas pendidikan baik.	Likert (1–5)
		2. Fasilitas sekolah memadai.	Likert (1–5)
		3. Program unggulan menarik.	Likert (1–5)
	Keunikan (uniqueness)	1. Prestasi siswa baik.	Likert (1–5)
		2. Lulusan memiliki kualitas yang baik.	Likert (1–5)
		3. Siswa mencerminkan citra positif sekolah.	Likert (1–5)
Keputusan Siswa Mendaftar (Y) Keputusan siswa mendaftar adalah proses yang dilakukan calon peserta didik dalam menentukan pilihan sekolah setelah melalui tahapan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga keputusan memilih sekolah (Kotler & Keller, 2016).	Pengenalan Kebutuhan	1. Menyadari pentingnya memilih sekolah yang tepat.	Likert (1–5)
		2. Membutuhkan sekolah yang sesuai harapan.	Likert (1–5)
		3. Memiliki keinginan melanjutkan pendidikan di SMK.	Likert (1–5)
	Keputusan Mendaftar	1. Memilih SMK NU Al-Farisi sebagai pilihan utama.	Likert (1–5)
		2. Yakin terhadap keputusan mendaftar.	Likert (1–5)
		3. Bersedia melakukan pendaftaran.	Likert (1–5)
	evaluasi alternatif	1. Membandingkan beberapa sekolah.	Likert (1–5)
		2. Menilai fasilitas dan kualitas sekolah.	Likert (1–5)
		3. Mempertimbangkan keunggulan sekolah.	Likert (1–5)

Sumber: peneliti, (2026)

3.5 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

3.5.1 Populasi

Menurut (sugiyono 2017, 80) menyatakan bahwa "populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya," Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas X SMK NU Al Farisi tahun ajaran 2025/2026, Pemilihan siswa kelas X didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka adalah subjek yang baru saja melakukan proses pengambilan keputusan untuk mendaftar. setelah melakukan survey siswa kelas X SMK NU Al Farisi tahun ajaran 2025/2026, sebanyak 240 siswa

Tabel 3 3

Total siswa tahun ajaran 2025/2026 SMK NU Al -Farisi

Siswa tahun ajaran 2025/2026	
Laki-Laki	117
Perempuasn	123`
Jumlah	240

(Sumber: Data Tata Usaha SMK NU Al Farisi, 2024 – 2025)

3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut handayani (2020), proses pemilihan sejumlah komponen dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel biasa disebut dengan sampling dan memahami berbagai karakteristik atau karakteristik subjek yang dijadikan sampel nantinya dapat digeneralisasikan dari komponen populasi tersebut.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik probility sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak dan setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Teknik sampel yang dipilih pada penelitian ini adalah propotional random sampling menurut sugiyono (2015) teknik pengambilan sampel yang dimana semua anggota

mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel sesuai dengan proporsinya .

sampel adalah bagian kecil dari jumlah dan karakteristik anggota populasi yang diambil melalui prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya .
penentuan jumlah responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik slovin dengan rumus sebagai berikut

$$n = \frac{N}{(1+N_e^2)}$$

Dimana;

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel

Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel ini adalah sebesar 10% sehingga berdasarkan rumus diatas. jumlah sampel yang dijadikan responden yaitu:

$$n = \frac{n}{1+Ne} \quad n = \frac{130}{1+240 (10\%)^2} \quad n = \frac{240}{1+2,40} \quad n = \frac{240}{3,40}$$

=70,58 Dibulatkan menjadi 71 orang

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan sebanyak 70,58 atau dibulatkan menjadi 71 responden siswa mendaftar pada tahun ajaran 2025/2026 di SMK NU AL- FARISI

Berikut ini adalah perhitungan dalam menentukan sampel setiap jurusan dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.4
Jumlah Populasi Dan Sampel

No	Jumlah Siswa Tahun Ajaran 2025/2026 SMK NU A;L FARISI			
	Kelas/Jurusan	Jumlah Siswa	Sampel	Pembulatan
1.	Perbankan Syariah	102	$\frac{102}{240} \times 71 = 30,18$	30
2.	teknologi Informasi Jaringan	70	$\frac{70}{240} \times 71 = 20,71$	21
3.	Teknik Sepeda Motor	68	$\frac{68}{240} \times 71 = 20,12$	20
	Total	240	Total sampel tahun ajaran 2025/2026	71

(sumber: peneliti, 2026)

Berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, jumlah sampel minimal yang diperlukan dari populasi sebanyak 240 orang adalah 71 responden. Namun, dalam penelitian ini, peneliti memutuskan untuk mengembangkan jumlah sampel menjadi 120 responden. Langkah ini diambil dengan pertimbangan untuk meningkatkan akurasi data, di mana penambahan sampel ini berhasil memperkecil tingkat kesalahan (margin of error) penelitian dari yang semula 10% turun menjadi 6.45%. Selain itu, penambahan ukuran sampel ini bertujuan untuk mengantisipasi adanya kuesioner yang rusak atau tidak kembali (drop-out rate), serta memastikan data penelitian memenuhi asumsi fungsional statistik seperti uji normalitas.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data premier dan sekunder berikut adalah uraiannya.

1. Data premier

Data yang secara langsung di peroleh dari sumber aslinya. Metode yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut:

- a. Observasi, yaitu pengumpulan data yang dilakukan berdasarkan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti.

- b. Angket merupakan instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data dimana responden menjawab pertanyaan tertulis atau serangkaian pertanyaan. (sugiyono)

Responden dalam penelitian ini yaitu siswa kelas X (sepuluh) SMK NU Al Farisi Tarogong Kaler Garut kuesioner yang disebarkan nantinya menggunakan media penyebaran google form, Karena metode penelitian ini menggunakan instrument untuk mengukur variabel yang diteliti dengan skala yang diterapkan adalah skala likert. setiap item dalam skala likert memiliki jawaban yang bervariasi. untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban tersebut dapat diberi skort sebagai berikut:

Tabel 3 5
Ketentuan instrument pengukuran penelitian

No	Jawaban	skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STJ)	1

(Sumber: sugiyono (2019:147})

2. Data sekunder

Data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti atau data yang di peroleh secara tidak langsung atau melalui pihak lain. Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian yaitu promosi, brand image dan keputusan pembelian.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan mampu menghasilkan data yang valid dan reliabel. Instrumen

yang valid dapat mengukur variabel penelitian secara tepat sesuai dengan kondisi sebenarnya, sedangkan instrumen yang reliabel mampu memberikan hasil yang konsisten apabila digunakan pada waktu yang berbeda dengan kondisi yang sama (Sugiyono, 2019).

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data yang telah diperoleh tanpa melakukan generalisasi terhadap populasi. Menurut Sugiyono (2019), statistik deskriptif menyajikan informasi mengenai nilai rata-rata (mean), nilai minimum, maksimum, standar deviasi, dan karakteristik data lainnya. Selain itu, analisis ini memberikan gambaran umum mengenai kondisi setiap variabel yang diteliti sebelum dilakukan analisis lebih lanjut.

3.8.2 Uji Validitas

Pengujian validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Menurut Ghazali (2018), suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu merepresentasikan kondisi yang sebenarnya sesuai dengan objek yang diukur. Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan menggunakan metode Corrected Item-Total Correlation, yaitu dengan mengorelasikan skor setiap butir pernyataan terhadap skor total variabel. nilai korelasi yang diperoleh dibandingkan dengan nilai r tabel. Untuk menentukan apakah masing masing item pertanyaan memenuhi kriteria validitas atau tidak.

Kriteria pengambilan keputusan:

- $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka butir pernyataan dinyatakan valid
- $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$, maka butir pernyataan dinyatakan tidak valid.

3.8.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2019), instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang relatif sama apabila digunakan berulang kali pada objek yang sama. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha. Menurut Ghazali (2018), suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$.

3.8.4 Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi linear berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji linearitas, dan uji autokorelasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal (Ghozali, 2018). Pengujian dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dengan taraf signifikansi 0,05.

Kriteria :

- a. Jika signifikansi $> \alpha$ (0,05) maka dapat dinyatakan H_0 diterima yang berarti data residual terdistribusi normal.
- b. Jika signifikansi $< \alpha$ (0,05) maka dapat dinyatakan H_0 Ditolak yang berarti data residual tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antarvariabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik tidak mengandung multikolinearitas. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model dinyatakan bebas multikolinearitas apabila nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 .

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada model regresi (Ghozali, 2018). Pengujian dilakukan melalui Scatterplot antara nilai ZPRED dan SRESID. Model regresi dinyatakan bebas heteroskedastisitas apabila titik-titik menyebar secara acak tanpa membentuk pola tertentu.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linear. Hubungan yang linear menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

e. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara residual pada satu periode dengan periode sebelumnya (Ghozali & Ratmono, 2017). Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami autokorelasi sehingga residual bersifat independen.

3.8.5 Analisis Regresi Linear berganda

Menurut Sugiyono (2023) berpendapat, analisis ini bisa diterapkan untuk menganalisis hubungan variabel terikat dan variabel bebas yang menjadi bisa persamaan regresi linear berganda Rumus regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y= Keputusan mendaftar

α = konstanta β_1, β_2

X_1 = Promosi

X_2 = Brand image

e = Standar eror

3.8.6 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel promosi (X_1) dan brand image (X_2) berpengaruh terhadap keputusan mendaftar (Y), baik secara parsial maupun simultan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2).

a. Uji t (Parsial)

Menurut Ghazali (2018), uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (parsial). Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menguji pengaruh promosi dan brand image terhadap keputusan mendaftar dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar.
2. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar.

b. Uji F (Simultan)

Menurut Ghazali (2018), uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk menguji pengaruh promosi dan brand image secara simultan terhadap keputusan mendaftar.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut.

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti promosi dan brand image secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar.
2. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $\geq 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang berarti promosi dan brand image secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftar.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel promosi dan brand image dalam menjelaskan variasi keputusan mendaftar. Menurut Ghazali (2018), nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 hingga 1. Semakin besar nilai R^2 , semakin besar pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan pada variabel dependen. Sebaliknya, nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain di luar model penelitian yang memengaruhi keputusan mendaftar.