

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1 Strategi Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian deskriptif. Menurut Sugiyono (2018:19) penelitian dengan judul deskriptif adalah judul penelitian yang bermaksud menggambarkan keadaan atau nilai satu atau lebih variabel secara mandiri. Adapun penerapan penelitian deskriptif pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui faktor yang menjadi bahan pertimbangan seorang pelajar sekolah menengah atas dalam memilih perguruan tinggi swasta untuk melanjutkan pendidikan ke tingkat yang lebih tinggi.

Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian untuk menciptakan gambaran mengenai situasi atau peristiwa, sehingga metode ini berkeinginan mengadakan pengumpulan atau akumulasi data dasar saja. Akan tetapi, pada pengertian metode penelitian yang lebih luas, penelitian deskriptif mencakup metode penelitian yang lebih luas di luar dari eksperimental dan metode sejarah, dan secara lebih umum sering dikenal dengan nama metode survei. Adapun kelebihan dan kekurangan metode penelitian deskriptif.

Kelebihannya yaitu:

1. Mampu menganalisis masalah atau masalah yang sulit atau tidak terukur secara numerik.
2. Mampu melakukan pengamatan dalam konteks social alami dan alami.
3. Memiliki potensi untuk menggabungkan penelitian kualitatif dan kuantitatif.

Kekurangannya yaitu:

1. Mungkin tidak signifikan secara statistik.

2. Metode ini rentan terhadap bias karena nuansa pendapat subyektif
3. Sulit untuk diverifikasi ulang karena pengamatan dan sifat kontekstualnya.

3.1.1 Metode Survei

Metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung digeneralisasikan (Sugiyono,2018:48). Adapun langkah-langkah yang bisa dilakukan dalam pelaksanaan survei menurut (Singarimbun,2015:12-13) adalah :

- 1) Merumuskan masalah penelitian dan menentukan tujuan survei
- 2) Menentukan konsep dan hipotesa serta menggali kepustakaan
- 3) Pengambilan sampel
- 4) Pembuatan kuesioner
- 5) Pekerjaan lapangan
- 6) Pengolahan data
- 7) Analisa dan pelaporan

3.2 Analisis Konjoin

3.2.1 Pengertian Analisis Konjoin

Menurut Sarwono (2008) Analisis konjoin merupakan suatu mode untuk mengetahui penilaian konsumen terhadap suatu produk tertentu didasarkan pada atribut yang ada pada produk tersebut. Hasil penilaian konsumen bermanfaat dalam menentukan atribut produk seperti apa yang paling disukai.

Menurut Santoso (2012), tujuan analisis conjoin adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi seseorang terhadap suatu objek yang terdiri atas satu atau banyak bagian. Hasil utama analisis konjoin adalah suatu bentuk (desain) produk barang atau jasa atau objek tertentu yang diinginkan oleh sbagian responden.

Pendekatan konjoin full profile, memberikan peringkat (rank) semua stimulus profiles.

Metode analisis konjoin digunakan dalam upaya melihat preferensi pelajar terhadap prioritas yang bersifat kombinasi dari beberapa atribut. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian dalam memperoleh nilai prioritas preferensi konsumen terhadap kombinasi atribut sebuah produk atau jasa untuk dijadikan bahan pertimbangan yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan.

3.2.2 Konsep Dasar dalam Analisis Konjoin

Analisis konjoin mencoba untuk menentukan kepentingan relatif yang dikaitkan pelanggan pada atribut yang penting dan nilai kegunaan yang dikaitkan pada tingkatan atau level masing-masing atribut. Responden dipresentasikan dengan stimulus yang terdiri dari kombinasi level atribut. Para responden diminta untuk mengevaluasi stimulus yang dinyatakan dalam keinginan mereka.

Prosedur konjoin mencoba memberikan nilai pada level dari setiap atribut, sehingga nilai yang dihasilkan atau utilitas yang dikaitkan pada stimulus cocok atau sedekat mungkin dengan evaluasi input yang diberikan responden (Supranto,2010).

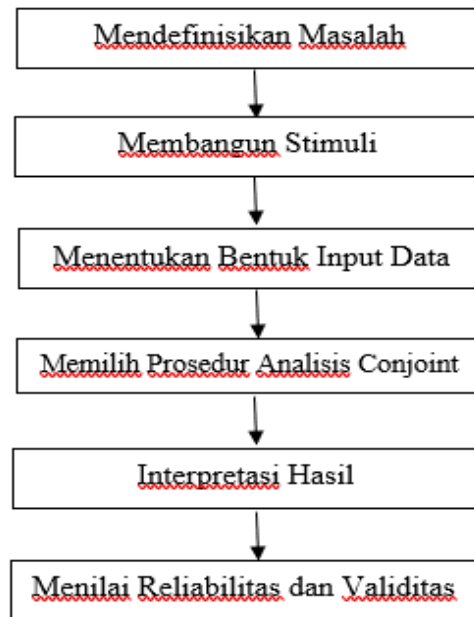
3.2.3 Istilah – istilah pada Analisis Konjoin

Adapun beberapa istilah yang digunakan dalam analisis konjoin, yaitu :

1. Atribut, merupakan variabel – variabel yang akan diteliti.
2. Taraf/level, merupakan bagian dari atribut menunjukkan nilai yang diasumsikan oleh atribut.
3. Stimuli, yaitu sekelompok atribut yang dievaluasi oleh responden yang berasal dari kombinasi desain taraf-taraf atribut.
4. Nilai kepentingan relatif, yaitu nilai yang menunjukkan atribut yang paling penting dalam mempengaruhi pilihan responden.
5. Nilai kegunaan (utilitas), yaitu teori ekonomi yang mempelajari kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh dari seorang konsumen. Semakin tinggi kepuasan maka semakin tinggi pula nilai guna (utilitas) dan sebaliknya.

3.3 Langkah – langkah dalam Analisis Konjoin

Malhotra (2010) menyebutkan ada beberapa tahap dalam menggunakan metode analisis conjoint, yakni sebagai berikut:



Gambar 3.1 Kerangka Analisis Konjoin

3.3.1 Mendefinisikan Masalah

Tahap ini melakukan identifikasi atribut dan level yang akan digunakan pada penelitian. Atribut yang telah dipilih secara teoritis harus bersifat menonjol dalam mempengaruhi preferensi konsumen. Jika atribut telah terpilih maka level-levelnya harus ditentukan sedemikian rupa sehingga level-level tersebut dapat diterima oleh konsumen. Secara umum jumlah atribut yang akan dievaluasi dalam analisis konjoin berjumlah maksimum tujuh atribut dengan masing-masing memiliki dua sampai empat level. Adapun atribut yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu:

1. Biaya Pendidikan

Menurut Pemdikbud Nomor 44 Tahun 2012 tentang Pungutan dan Sumbangan Biaya Pendidikan Satuan Pendidikan Dasar Pasal 1 Ayat (5) mengemukakan bahwa biaya Pendidikan merupakan sumber daya keuangan digunakan untuk biaya satuan Pendidikan peserta didik, penyelenggaraan dan pengelolaan Pendidikan peserta didik sesuai dengan peraturan undang – undang yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

Menurut Supriyadi (2010:3) menegaskan bahwa biaya Pendidikan merupakan semua jenis pengeluaran berhubungan dengan pengelolaan Pendidikan dalam bentuk uang, barang maupun tenaga pendidik. Biaya Pendidikan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- 1) Biaya Langsung, merupakan biaya yang digunakan untuk menunjang penyelenggaraan Pendidikan yang dikeluarkan secara langsung. Biaya tidak langsung merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menunjang Pendidikan secara tidak langsung.
- 2) Biaya Pribadi, merupakan pengeluaran yang berasal dari keluarga peserta didik untuk penyelenggaraan Pendidikan, sedangkan biaya social adalah biaya yang berasal dari masyarakat untuk penyelenggaraan Pendidikan biasanya melalui sekolah atau pajak yang dikumpulkan kepada pemerintah untuk membiayai Pendidikan.
- 3) Biaya Rutin, merupakan biaya yang dikeluarkan dalam jangka waktu terus menerus contohnya gaji pendidik, biaya operasional dan perawatan bangunan sekolah dan perabot sekolah contohnya air, listrik, dan lain-lain.

2. Akreditasi

Dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional pada Bab I, Pasal 1, dan ayat 32 dikemukakan bahwa akreditasi adalah kegiatan penilaian kelayakan program dalam satuan Pendidikan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Pasal 60 ayat 1, 2, 3, dan 4 lebih diperjelas bahwa akreditasi dilakukan untuk menentukan kelayakan program dan satuan

Pendidikan yang berada pada setiap jenjang, jenis dan jalur Pendidikan (formal dan nonformal), sedangkan untuk program dan satuan Pendidikan dilakukan oleh pemerintah dan/atau Lembaga mandiri sehingga memiliki akuntabilitas public yang tinggi (Undang-Undang No. 20, 2003).

3. Lokasi

Menurut Fandy Trijptono “Lokasi Usaha adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya”.

4. Fasilitas

Segala sesuatu yang sengaja disediakan oleh penyedia jasa untuk dipakai serta dinikmati oleh konsumen yang bertujuan memberikan tingkat kepuasan yang maksimal. Fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik yang disediakan oleh penjual jasa untuk mendukung kenyamanan konsumen (Kotler, 2009:45).

5. Program Studi

Menurut Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi menyatakan bahwa Program Studi merupakan kesatuan kegiatan Pendidikan dan pembelajaran yang memiliki kurikulum dan metode pembelajaran tertentu dalam satu jenis Pendidikan akademik, Pendidikan profesi, dan/atau Pendidikan vokasi.

❖ Pendidikan Vokasi

Sistem pendidikan tinggi yang diarahkan pada penguasaan keahlian terapan tertentu kepada peserta didik dalam rangka mencapai tujuan pendidikan nasional. Pendidikan vokasi merupakan pendidikan tinggi yang ditujukan untuk kepentingan praktis melalui program pendidikan diploma I (D1), diploma II (D2), diploma III (D3), diploma IV (D4) atau sarjana terapan, magister terapan dan Doktor Terapan. Penggunaan gelar akademik, profesi, atau vokasi lulusan perguruan tinggi hanya

dibenarkan dalam bentuk dan singkatan yang diterima dari perguruan tinggi yang bersangkutan. Lulusan pendidikan vokasi mendapatkan gelar vokasi, misalnya A.Ma (Ahli Madya), A.Md (Ahli Madya), S.ST (Sarjana Sains Terapan).

❖ Pendidikan Non-Vokasi

Pendidikan akademik merupakan pendidikan yang mengutamakan penguasaan pada disiplin ilmu pengetahuan, teknologi, maupun seni. Jenjang pendidikan yang tersedia pada pendidikan akademik yaitu Strata 1 (S1) yang menghasilkan gelar Sarjana, Strata 2 atau Magister (S2) yang menghasilkan gelar Master, dan Strata 3 atau Doktoral (S3) yang menghasilkan gelar Doktor. Contoh gelar yang didapat pada pendidikan ini yaitu S.Ked, S.Kep, S.T, S.E,S.Farm, dan lainnya.

6. Referensi

Rujukan pada sebuah atau lebih bertujuan untuk informasi yang dikerjakan oleh seseorang atau pustakawan sebagai seorang pendukung untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan, atau dapat diartikan berupa bahan informasi dan bahan rujukan yang terpercaya dan bisa digunakan sebagai dukungan untuk lebih baik.

7. Promosi

Menurut Tjiptono (2015:387) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan.

Tabel 3.1 Atribut dan Level Atribut Penelitian

No	Atribut	Taraf	Level Atribut
1	Biaya Pendidikan	1	Beasiswa
		2	Terjangkau
2	Akreditasi	1	Terakreditasi
		2	Tidak Terakreditasi
3	Jarak dari tempat tinggal	1	Dekat dari tempat tinggal
		2	Jauh dari tempat tinggal
4	Fasilitas	1	Sarana Pendidikan
		2	Sarana Olahraga & Kesenian
5	Program Studi	1	Vokasi (tanpa gelar)
		2	Non Vokasi (bergelar)
6	Referensi	1	Pengaruh Keluarga
		2	Pengaruh Teman
		3	Informasi dari guru
7	Promosi	1	Sosial Media
		2	Iklan
		3	Promosi Penjualan

3.3.2 Membangun Stimuli

Terdapat dua buah pendekatan utama dalam membangun stimuli analisis conjoint. Kedua pendekatan tersebut adalah pendekatan pasangan (the pairwise approach) dan prosedur full profile (full profile procedure). Pendekatan pairwise membuat responden membandingkan dua buah atribut secara bersamaan sampai semua kombinasi pasangan atribut yang mungkin dievaluasi. Untuk setiap pasangan, responden mengevaluasi semua kombinasi dari level kedua atribut.

a. Pendekatan Pasangan (Pairwise Approach)

Pendekatan pasangan adalah evaluasi dua factor (two factor evaluation), dimana responden menilai dua atribut setiap kali, sampai semua kemungkinan pasangan dua atribut telah selesai di evaluasi. Keباikan pendekatan pasangan ini adalah pendekatan ini lebih mudah bagi responden untuk memberikan pertimbangan, akan tetapi kelemahan relatifnya adalah memerlukan lebih banyak evaluasi daripada pendekatan profil penuh.

b. Prosedur Profil Penuh (Full-profile procedure)

Dalam pendekatan profil penuh atau sering disebut evaluasi banyak factor, profil penuh atau lengkap dari suatu produk dibentuk dari semua atribut. Dalam pendekatan profil penuh, kombinasi yang ekstrim atau tidak masuk akal dapat dihilangkan. Dalam penelitian cara untuk membentuk stimulus atau kombinasi atribut adalah prosedur profil penuh. Analisis conjoint full-profile yang diperkenalkan terlebih dahulu merupakan rancangan kombinasi yang menggambarkan profil produk secara lengkap. Jumlah stimuli dapat dikurangi dengan menggunakan desain factorial fraksional yang memungkinkan mereduksi stimuli. Desain ini mengasumsikan bahwa setiap interaksi yang tidak penting diabaikan. Untuk membentuk stimuli dirancang dengan menggunakan SPSS FOR WINDOWS 25.0 sehingga diperoleh minimal stimuli. Setiap stimuli berisi kombinasi antara atribut dengan taraf, dimana setiap stimuli menggambarkan profil tiap objek secara lengkap.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan prosedur full-profile, jika mengkombinasikan antara atribut beserta levelnya maka akan didapat sebanyak $2 \times 2 \times 2 \times 2 \times 2 \times 3 \times 3 = 288$ kombinasi atribut yang akan dinilai oleh responden. Dengan jumlah kombinasi atribut tersebut tentu akan menyulitkan responden dalam memberikan penilaian dan menghabiskan waktu yang banyak. Oleh karena itu, untuk memudahkan responden dilakukan proses Orthogonal Design pada SPSS 25.0 untuk mendesain kombinasi atribut sehingga menghasilkan 16 stimuli seperti tabel berikut :

Tabel 3.2 Hasil Kombinasi Atribut Penelitian

No	Biaya pendidikan	Akreditasi	Jarak dari tempat tinggal	Fasilitas kampus	Program studi	Referensi	Promosi
1	terjangkau	tidak terakreditasi	jauh dari tempat tinggal	sarana pendidikan	vokasi_tanpa gelar	pengaruh keluarga	sosial media
2	terjangkau	tidak terakreditasi	dekat dari tempat tinggal	sarana pendidikan	vokasi_tanpa gelar	pengaruh teman	iklan
3	terjangkau	terakreditasi	dekat dari tempat tinggal	sarana olahraga dan kesenian	vokasi_tanpa gelar	pengaruh keluarga	sosial media
4	terjangkau	terakreditasi	jauh dari tempat tinggal	sarana olahraga dan kesenian	non vokasi_bergelar	pengaruh keluarga	iklan
5	terjangkau	terakreditasi	dekat dari tempat tinggal	sarana olahraga dan kesenian	non vokasi_bergelar	informasi dari guru	sosial media
6	beasiswa	tidak terakreditasi	dekat dari tempat tinggal	sarana olahraga dan kesenian	non vokasi_bergelar	pengaruh keluarga	iklan
7	beasiswa	tidak terakreditasi	dekat dari tempat tinggal	sarana olahraga dan kesenian	vokasi_tanpa gelar	informasi dari guru	promosi penjualan
8	beasiswa	terakreditasi	jauh dari tempat tinggal	sarana pendidikan	non vokasi_bergelar	pengaruh keluarga	promosi penjualan
9	terjangkau	terakreditasi	jauh dari tempat tinggal	sarana olahraga dan kesenian	vokasi_tanpa gelar	pengaruh teman	promosi penjualan
10	beasiswa	terakreditasi	dekat dari tempat tinggal	sarana pendidikan	vokasi_tanpa gelar	pengaruh keluarga	sosial media
11	beasiswa	terakreditasi	jauh dari tempat tinggal	sarana pendidikan	vokasi_tanpa gelar	informasi dari guru	iklan

12	terjangkau	tidak terakreditasi	jauh dari tempat tinggal	sarana pendidikan	non vokasi_b ergelar	informasi dari guru	sosial media
13	terjangkau	tidak terakreditasi	dekat dari tempat tinggal	sarana pendidikan	non vokasi_b ergelar	pengaruh keluarga	promosi penjualan
14	beasiswa	tidak terakreditasi	jauh dari tempat tinggal	sarana olahraga dan kesenian	non vokasi_b ergelar	pengaruh teman	sosial media
15	beasiswa	tidak terakreditasi	jauh dari tempat tinggal	sarana olahraga dan kesenian	vokasi_tanpa gelar	pengaruh keluarga	sosial media
16	beasiswa	terakreditasi	dekat dari tempat tinggal	sarana pendidikan	non vokasi_b ergelar	pengaruh teman	sosial media

Sumber : SPSS 25.0 (2021)

3.3.3 Menentukan Bentuk Input Data

Secara umum, bentuk data input terdapat dua, yaitu bentuk *metric* dan *non-metric*. Pada data *non-metric*, responden menyediakan evaluasi berupa ranking yang berurutan. Sedangkan pada data *metric*, responden menyediakan ratings terhadap penilaian yang dilakukan melalui beberapa cara, yaitu :

- Menggunakan *skala likert*, digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap instrumen yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, diantaranya :

Tabel 3.3 Skor Jawaban Kuesioner

No	Alternatif Jawaban	Bobot Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2018:159)

- Menggunakan nilai ranking terbalik, artinya untuk stimuli yang paling disukai diberi nilai tertinggi setara dengan dengan jumlah stimulinnya, sedangkan stimuli yang paling tidak disukai diberi nilai 1.

3.3.4 Memilih Prosedur Analisis Konjoin

Dalam melakukan analisis konjoin, terdapat beberapa model yang dapat diterapkan. Model dasar dalam melakukan analisis conjoint dapat dilihat pada persamaan berikut:

$$U(X) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{k_i} a_{ij} x_{ij}$$

dimana, $U(X)$ = Utilitas keseluruhan dari alternatif
 a_{ij} = Part worth pada atribut i dan level atribut j
 x_{ij} = Bernilai 1 jika atribut i dan level atribut j ada
Bernilai 0 jika atribut i dan level atribut j tidak ada
 k_i = Jumlah level atribut j
 m = Jumlah atribut i

Pentingnya suatu atribut, dinormalkan untuk meyakinkan kepentingan relatifnya dengan atribut lainnya adalah:

$$W_i = \frac{I_i}{\sum_{i=1}^m I_i}$$

dimana:

W_i = Bobot kepentingan relatif untuk tiap atribut

I_i = Range nilai kepentingan untuk tiap atribut yang dicari dengan rumus:

$$I_i = \{maks(\alpha_{ij}) - min(\alpha_{ij})\}$$

m = Banyaknya atribut

3.3.5 Interpretasi Hasil

Dalam penyajian hasil, lebih baik dilakukan desain plot untuk part worth pada setiap atribut.

3.3.6 Menilai Reliabilitas dan Validitas

Terdapat beberapa metode dalam melakukan penilaian reliabilitas dan validitas pada analisis konjoin, yakni sebagai berikut:

- 1) Evaluasi goodness of fit dari model yang diperkirakan
- 2) Uji reliabilitas dengan melakukan beberapa replikasi pertimbangan pada pengumpulan data
- 3) Evaluasi untuk validasi stimuli dapat diprediksi menggunakan fungsi part worth
- 4) Jika analisis dilakukan pada level agregat, perkiraan sampel dapat dibagi dan analisis konjoin dilakukan pada sub-sampel.

3.4 Waktu dan Lokasi Penelitian

3.4.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 3 bulan, yakni Bulan Juni 2021 sampai Bulan Agustus 2021.

3.4.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk dilakukan suatu penelitian. Lokasi penelitian ini berada di daerah Kecamatan Tanjung Priok, Jakarta Utara. Peneliti mengambil lokasi penelitian tersebut dikarenakan lokasi dekat dengan tempat tinggal dan tempat bekerja agar dapat mempermudah akses dalam melakukan kunjungan dan survei.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2018:136). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelajar kelas XII enam sekolah menengah atas yang terdapat di Kecamatan Tanjung Priok, Jakarta Utara.

Tabel 3.4 Data Populasi Penelitian

No	Nama Sekolah	Jumlah Siswa
1	SMA Negeri 15 Jakarta	214
2	SMA Swasta Mutiara 1 Jakarta	30
3	SMA Gideon	15
4	SMA Al - Jihad	50
5	SMA Dharma Putra	19
6	SMA Swasta Yappenda	153
Total		481

3.5.2 Sampling dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:137) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

3.5.2.1 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Teknik sampling pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*.

Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability* sampling. Teknik *nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono,2018:142). Salah satu kategori *nonprobability sampling* adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Pada penelitian ini sampel yang digunakan adalah seluruh pelajar enam sekolah menengah atas kelas XII yang berada di kecamatan Tanjung Priok sebagai sumber data.

3.5.2.2 Menentukan Ukuran Sampel

Menurut Israel dari University of Florida dalam (Sugiyono,2018:146-147) mengemukakan pertimbangan dalam menentukan ukuran sampel untuk penelitian adalah : *the level of precision*, *the confidence level*, dan *the degree of variability*.

1. *The Level of Precision*, merupakan kepresisian suatu sampel, atau sering disebut sebagai *sampling error*, atau kesalahan sampel. Tingkat kepresisian atau kesalahan sampel ini ditunjukkan dengan perbandingan antara rata-rata populasi dengan rata-rata sampel.
2. *The Confidence Level*, merupakan tingkat kepercayaan suatu sampel. Teori ini berlandaskan asumsi bahwa, populasi berdistribusi normal dan populasi itu merupakan kumpulan sampel-sampel yang dapat diambil secara berulang-ulang. Dengan demikian kepercayaan sampel yang diambil dari populasi bersifat peluang. Suatu sampel yang diambil dari populasi mempunyai kepercayaan 95% atau kesalahan 5%, berarti setiap 100 sampel yang diambil dari populasi tersebut akan ada 5 sampel yang salah atau tidak representatif.
3. *Degree of Variability*, merupakan derajat variabilitas suatu populasi. Populasi yang variabilitasnya tinggi berarti sangat heterogin. Hal ini berarti, bila populasi semakin heterogin, maka ukuran sampel akan semakin besar, dan sebaliknya bila populasi homogen maka ukuran sampel akan semakin kecil.

Dalam penelitian ini populasi yang akan digunakan menjadi sumber data jumlah populasinya diketahui, sehingga perhitungan sampel dapat menggunakan rumus *Slovin*. Rumus tersebut adalah :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) 10%

Dari hasil survei enam sekolah kecamatan Tanjung Priok kurang lebih mencapai 476 siswa yang masih berada di kelas XII, maka diperoleh jumlah sampel dengan perhitungan menggunakan rumus *Slovin* sebagai berikut :

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

$$n = \frac{481}{1 + 481(0,1)^2}$$

$$n = \frac{481}{5,81}$$

$n = 82,788$ atau 83.

Untuk keakuratan penelitian, digunakan sampel sebanyak 83 orang dan 83 orang tersebut dianggap sudah representatif karena sudah melebihi batas minimal sampel.

Dari jumlah sampel yang didapat, ditentukan jumlah masing-masing sampel secara *propotional random sampling*. Berdasarkan perhitungan maka di dapat jumlah responden seperti di bawah ini:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Dimana :

n_i = Jumlah samper per strata

N_i = Jumlah popilasi per strata

N = Jumlah populasi keseluruhan

n = Jumlah sampel keseluruhan

Tabel 3.5 Data Sampel Penelitian

No	Nama Sekolah	Populasi	Perhitungan	Sampel
1	SMA Negeri 15 Jakarta	214	$\frac{214}{481} \times 83$	37
2	SMA Swasta Mutiara 1 Jakarta	30	$\frac{30}{481} \times 83$	5
3	SMA Gideon	15	$\frac{15}{481} \times 83$	3
4	SMA Al - Jihad	50	$\frac{50}{481} \times 83$	9
5	SMA Dharma Putra	19	$\frac{19}{481} \times 83$	3

6	SMA Swasta Yappenda	153	$\frac{153}{481} \times 83$	26
Total		481		83

Berdasarkan perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa, jumlah sampel untuk SMAN 15 Jakarta sebanyak 37 siswa, jumlah sampel SMAS Mutiara 1 Jakarta 5 siswa, jumlah sampel SMA Gideoin 2 siswa, SMAS Al – Jihad 9 siswa, SMA Dharma Putra 3 siswa, dan SMAS Yappenda 27 siswa.

3.6 Data dan Metoda Pengumpulan Data

3.6.1 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017:150) data primer merupakan data yang dikumpulkan dan olah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Data primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini yaitu persepsi responden berkaitan dengan variable penelitian. Sarwono (2016:185) menyatakan data primer adalah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel kehalalan dan atribut untuk tujuan spesifik studi, sumber data primer adalah responden pelajar sekolah menengah atas.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan oleh peneliti yang datang survei ke masing-masing sekolah dari total enam sekolah menengah atas yang di datangi. Peneliti mendapatkan izin dari Kepala Sekolah dan Bagian Kesiswaan serta jajaran pegawainya dalam mendapatkan data tentang jumlah siswa yang saat ini masih bersekolah. Kelengkapan data mengenai profil sekolah menengah atas di dapatkan dari web yang berhubungan.

3.6.2 Metoda Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode survei digunakan bertujuan ingin mendapatkan informasi yang luas dari suatu populasi. Menurut Sugiyono (2018:48) metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner yang tidak mendalam, dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan).

Data hasil penelitian internal dan eksternal yang didapatkan bila dilihat dari segi waktunya dapat berupa data yang berbentuk *time series*, *cross sectional* dan gabungan. Data yang berbentuk *time series*, yaitu data yang dikumpulkan beberapa kali dalam interval waktu yang relatif sama, menggunakan instrumen yang sama dan obyek yang sama. Data *cross sectional* adalah data yang dikumpulkan dari obyek yang sama atau berbeda dengan instrumen yang sama atau berbeda dalam interval waktu yang tidak sama. Data gabungan adalah gabungan antara dua data yang berbentuk *time series* dan *cross sectional*.

3.6.3 Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik fenomena ini disebut variabel penelitian. Instrumen penelitian ini yaitu kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono,2018:225)

Instrument penelitian kuesioner bertujuan sebagai pengumpulan data untuk mendapatkan tanggapan dari responden. Pengumpulan data dalam bentuk pernyataan yang akan diberikan kepada responden berkaitan dengan masalah penelitian kepada pelajar kelas XII yang akan menyelesaikan Pendidikan tingkat SMA.

3.6.3.1 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Berbagai skala sikap yang dapat digunakan untuk penelitian Administrasi, Pendidikan dan Sosial antara lain adalah Skala Likert, Skala Guttman, *Rating Scale* dan *Semantic Differential*.

Dengan data penelitian ini merupakan data metric, yakni responden memberikan penilaian berdasarkan skala kepentingan menggunakan skala likert dengan cara responden menjawab, senang atau tidak senang, setuju atau tidak setuju, pernah, atau tidak pernah, digunakan pada penelitian ini adalah 1 hingga 5. Angka 1 menunjukkan sangat setuju dan semakin besar nilai memiliki nilai sangat tidak setuju. Jenis input ini memberikan nilai yang fleksibel karena tidak membatasi responden dalam melakukan penilaian pada kuesioner.

Pengumpulan data untuk mendapatkan data tentang hasil uji kuesioner pada penelitian ini dilakukan dengan membuat daftar pernyataan yang akan digunakan untuk melakukan uji kuesioner. Proses pengujian kuesioner sebanyak 16 pernyataan menggunakan skala Likert digunakan untuk mengukur sikap individu terhadap penilaian faktor-faktor yang menjadi bahan pertimbangan sebelum memasuki perguruan tinggi, disebarkan secara acak dengan jumlah sampel sebanyak 15 orang.

3.7 Metoda Analisis Data

Pengolahan data yang didapatkan berdasarkan hasil jawaban responden terhadap atribut yang mempengaruhi keputusan konsumen akan dilakukan dengan komputer menggunakan aplikasi software SPSS 25.0 untuk

mendapatkan hasil nilai utilitas dan nilai kepentingan. Dimulai dari melakukan input data dan menulis script pada SPSS 25.0 untuk melakukan uji analisis conjoint.

3.7.1 Teknik Analisis Data

3.7.1.1 Uji Validitas Instrumen

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur itu valid). Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid harus mempunyai validitas internal dan eksternal (Sugiyono, 2018:198-200).

Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,3$. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

3.6.1.2 Uji Realiabilitas Instrumen

Pengujian reabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan *test-retest (stability)*, *equivalent*, dan *gabungan keduanya*. Secara internal reabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. Pengujian ini dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen data (kuesioner) memiliki konsistensi sebagai alat ukur, sehingga tingkat kehandalan dapat menunjukkan hasil yang konsisten. Pengujian realibilitas instrument dilakukan dengan teknok Cronbach Alpha. Instrumen dikatakan reliabel, jika nilai Cronbach Alpha Sebesar 0,6 atau lebih (Sugiyono,2018).