

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif, menurut Supardi (2005:27) Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka kemudian dilakukan analisis, menurut Basuki Sulisty (2006:110) Penelitian Deskriptif dilakukan secara kuantitatif agar dapat dilakukan analisis statistik.

Metode deskriptif kuantitatif dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mendeskripsikan segmen mahasiswa program studi manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.

3.2 Lokasi Penelitian

Obyek penelitian ini adalah program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik yang berlokasi di Jl. Sumatera 101 GKB Randu Agung Gresik.

3.3 Populasi Dan Sempel

3.3.1 Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono (2008:80) adalah : “Wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik

tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek yang akan diteliti. Populasi merupakan semua individu atau unit – unit yang menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2008 – 2011 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.

Tabel 3.1
Data jumlah mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik

Angkatan	Kelas Pagi	Kelas Sore	Jumlah
2008/2009	36	16	52
2009/2010	33	33	66
2010/2011	37	35	72
2011/2012	43	37	80
		Total	270

Sumber : BAA. UMG

Jadi populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 270 mahasiswa.

3.3.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2008:81) didefinisikan sebagai : “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *proposional random sampling*, teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional (Sugiyono, 2008). Untuk menentukan siapa yang akan dijadikan responden dari

masing-masing strata dilakukan secara acak atau random dengan cara diundi dan siapaun berhak mempunyai peluang yang sama untuk dijadikan responden.

Agar sampel yang diambil dalam penelitian ini dapat mewakili populasi maka dapat ditentukan jumlah sampel yang dihitung dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

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

Dimana :

n = jumlah sampel

N = populasi

e = persen kelonggaran ketidak telitian pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir (tingkat kesalahan)

penelitian ini menggunakan tingkat kesalahan pengambilan sampel sebesar 10% sehingga diperoleh jumlah sampel sebesar :

$$n = \frac{270}{1 + 270 \times (10\%)^2}$$

jadi dari populasi sebesar 270 orang diambil menjadi sampel sebanyak 73 responden. Adapun perincian atas jumlah sampel yang akan diambil berdasarkan atas tahun angkatan mahasiswa tahun angkatan 2008 – 2011 Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik yaitu :

Tabel 3.2
Metode Penarikan Sampel

Angkatan	Populasi mahasiswa (orang)	Jumlah populasi dan sampel (orang)
2008/2009	52	$52/270 \times 73 = 14$
2009/2010	66	$66/270 \times 66 = 18$
2010/2011	72	$72/270 \times 66 = 19$
2011/1012	80	$80/270 \times 73 = 22$
JUMLAH	190	73

3.4 Devinisi Operasional Variabel

Definisi variabel menurut Sugiyono (2008:38) : Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Penelitian ini dikemukakan dalam rangka membantu menjelaskan pokok subyek dan batasan pengertian untuk variabel – variabel tersebut.

Variabel yang digunakan :

1. Atribut

Atribut dalam penelitian ini diperoleh dari penelitian sebelumnya yang dilakukan Sri Dewi Hidayani dan Syafrizal dengan judul “analisis segmentasi, targetting dan positioning program pendidikan magister (studi pada institusi penyelenggara MM di kota Padang)". Atribut tersebut yaitu:

status akreditasi, kualitas pelayanan, biaya pendidikan, fasilitas perkuliahan, sistem penilaian, kualitas dosen pengajar, dan gelar dosen pengajar.

2. Segmentasi Geografis

Segmentasi yang membagi pasar menjadi unit geografis yaitu : berdasarkan wilayah tempat tinggal responden atau asal responden.

3. Segmentasi Demografis

Segmentasi yang membagi pasar menjadi berbagai kelompok berdasarkan variabel bersama siapa tinggal, usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, status pernikahan, jumlah anggota keluarga, pekerjaan responden/orang tua responden, dan pendapatan per bulan.

4. Segmentasi Perilaku

Segmentasi yang membagi pasar berdasarkan pengetahuan responden tentang Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik, berdasarkan Sikap seperti informasi yang diperoleh dan pertimbangan responden sebelum Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.

5. Segmentasi Psikografi

Segmentasi yang membagi pasar berdasarkan berdasarkan karakteristik gaya hidup dan kepribadian konsumen seperti aktivitas, minat, dan opini responden.

3.5 Jenis dan Sumber Data

jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari obyek yang diteliti dengan cara riset atau peneliti lapangan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti. Data ini diperoleh dari membaca dan mempelajari literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan penelitian yang didapat dari BAA UMG.

3.6 Teknik Pengambilan Data

Menurut Sugiyono (2008:137), dalam suatu penelitian, terdapat beberapa kriteria atau segi yang bisa digunakan dalam proses pengumpulan data.

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

1. Metode kuesioner

Metode kuesioner adalah merupakan suatu metode untuk memperoleh data yang dilakukan dengan cara memberikan suatu daftar pertanyaan berupa lembaran angket kepada mahasiswa program studi manajemen universitas muhammadiyah gresik.

3.7 Teknik Analisis data

3.7.1 Analisis Cluster

Untuk menganalisa data yang terkumpul peneliti menggunakan teknik analisis cluster. Analisis Cluster merupakan teknik mereduksi informasi. Informasi dari sejumlah objek akan direduksi menjadi sejumlah kelompok, dimana jumlah

kelompok lebih kecil dari jumlah objek. Objek-objek yang sama dikelompokkan dalam suatu kelompok sehingga mempunyai tingkat kesamaan yang tinggi dibandingkan dengan objek dari kelompok lain. Tujuan utama teknik ini adalah melakukan pengelompokan berdasarkan kriteria yang diharapkan atau dipersepsikan mahasiswa sehingga objek-objek tersebut mempunyai variasi di dalam cluster (*within cluster*) relatif kecil dibandingkan variasi antar cluster (*between cluster*).

Adapun karakteristik yang diharapkan atau dipersepsikan dalam penelitian ini berdasarkan atas atribut seperti :

1. Status akreditasi
2. Kualitas pelayanan
3. Biaya/harga pendidikan
4. Fasilitas perkuliahan
5. System penilaian
6. Kualitas dosen pengajar
7. Pendidikan dosen/gelar yang diperoleh dosen pengajar.