



**ANALISIS BRAND IMAGE TERHADAP MINAT MAHASISWA  
MASUK PERGURUAN TINGGI DENGAN MENGGUNAKAN  
METODE COCHRAN Q TEST DAN MARKETING MIX (STUDI  
KASUS: PADA MAHASISWA TEKNIK INDUSTRI  
UIN SUSKA RIAU)**

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik,  
Pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi*

*Disusun Oleh:*

**RENI SULIS TIYANDARI**

**NIM: 12050226438**



**UIN SUSKA RIAU**

**UIN SUSKA RIAU**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
2024**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LEMBAR PERSETUJUAN JURUSAN

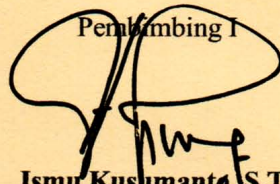
### ANALISIS *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT MAHASISWA MASUK PERGURUAN TINGGI DENGAN MENGGUNAKAN METODE *COCHRAN Q TEST* DAN *MARKETING MIX* (STUDI KASUS: PADA MAHASISWA TEKNIK INDUSTRI UIN SUSKA RIAU)

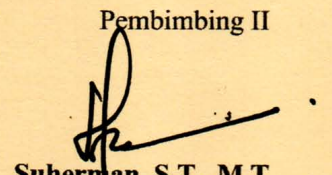
#### TUGAS AKHIR

Oleh:

**RENI SULIS TIYANDARI**  
**12050226438**

Telah Diperiksa dan Disetujui, Sebagai Tugas Akhir  
pada tanggal, 19 Desember 2024

Pembimbing I  
  
**Ismu Kusumanto, S.T., M.T**  
**NIP. 197304122007101002**

Pembimbing II  
  
**Suherman, S.T., M.T**  
**NIP. 198403012023211013**

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Teknik Industri  
Fakultas Sains dan Teknologi  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

  
**Misra Hartati, ST, MT.**  
**NIP. 198205272015032002**



a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT MAHASISWA MASUK PERGURUAN TINGGI DENGAN MENGGUNAKAN METODE *COCHRAN Q TEST* DAN *MARKETING MIX* (STUDI KASUS: PADA MAHASISWA TEKNIK INDUSTRI UIN SUSKA RIAU)**

**TUGAS AKHIR**

Oleh:

**RENI SULIS TIYANDARI**

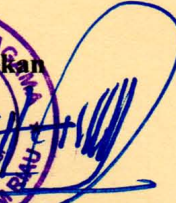

**12050226438**

Telah Dipertahankan di Depan Sidang Dewan Penguji  
 Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik  
 Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
 di Pekanbaru, pada Tanggal 19 Desember 2024

Pekanbaru, 19 Desember 2024  
 Mengesahkan

**Ketua Program Studi**

  
**Misra Hartati, S.T., M.T.**  
 NIP. 198205272015032002

  
  
**Dekan**  
**Dr. Hartono, M.Pd**  
 NIP. 196403011992031003

**DEWAN PENGUJI :**

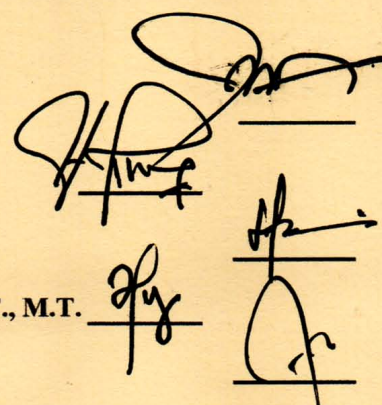
**Ketua : Nazaruddin, S.ST., M.T.**

**Sekretaris I : Ismu Kusumanto, S.T., M.T**

**Sekretaris II : Suherman, S.T., M.T.**

**Anggota I : Dr. Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, S.T., M.T.**

**Anggota II : Nofirza, S.T., M.Sc**



## LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan seizin penulis dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk penyebutan sumbernya.

Pengadaan atau penerbitan Sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan yang meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya diharapkan untuk mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :  
Nomor Surat : 25/2024  
Tanggal : 23 Desember 2024

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Reni Sulis Tiyardari  
Nim : 12050226438  
Tempat/Tanggal Lahir: Tembilahan/04 September 2001  
Fakultas : Sains dan Teknologi  
Prodi : Teknik Industri  
Judul Skripsi : Analisis *Brand Image* terhadap Minat Mahasiswa Masuk Perguruan Tinggi dengan menggunakan metode *Cochran Q Test* dan *Marketing Mix* (Studi Kasus: Pada Mahasiswa Teknik Industri UIN Suska Riau)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian dan pemikiran saya sendiri.
2. Semua kutipan sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu skripsi saya ini, saya nyatakan bebas plagiat.
4. Apabila kemudian hari ditemukan plagiat pada skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.
5. Dengan demikian surat ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan.

Pekanbaru, 23 Desember 2024

Yang membuat pernyataan



Reni Sulis Tiyardari  
Nim. 12050226438



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LEMBAR PERSEMBAHAN

*Allah tidak mengatakan bahwa hidup ini mudah.  
Tapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya  
bersama kesulitan ada kemudahan  
(QS. Al- Insyirah : 5-6)*

*Allah Tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan  
kesanggupannya. Dia mendapat (pahala) dari (kebijakan) yang dikerjakannya dan  
dia mendapatkan (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.  
(QS. Al-Baqorah : 286)*

*Terlambat bukan berarti GAGAL, cepat bukan berarti HEBAT.  
Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki  
proses yang berbedanya. PERCAYA PROSES itu yang paling penting, karena  
Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kamu anggap rumit.  
(Edwar Satria)*

*Karya ini saya persembahkan sebagai tanda bukti cinta dan kasih sayang  
yang tiada terhingga kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Muhammad Fadil  
dan Ibu Eva Iriani, yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, dan cinta  
yang tak terukur, yang hanya dapat kubalas dengan selembar kertas ini. Semoga  
ini menjadi langkah awal untuk membuat Bapak dan Ibu bahagia, karena aku  
sadar selama ini belum bisa berbuat lebih. Terima kasih yang sebesar-besarnya  
atas segala motivasi, doa, dan nasehat yang telah diberikan untuk menjadikanku  
lebih baik.*



**Analisis *Brand Image* terhadap Minat Mahasiswa Masuk Perguruan Tinggi menggunakan Metode *Cochrand Q Test* dan *Marketing Mix* (Studi Kasus: Mahasiswa S-1 Teknik Industri UIN Suska Riau)**

**Reni Sulis Tiyandari**  
**NIM : 12050226438**

Program Studi Teknik Industri  
 Fakultas Sains dan Teknologi  
 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau  
 JL. HR. Soebrantas Km. 15 No 155, Pekanbaru

**Abstrak**

Pendidikan memegang peranan penting dalam membentuk karakter dan keterampilan individu, yang sangat krusial untuk perkembangan masyarakat. Penelitian ini mengkaji masalah yang terjadi pada jurusan Teknik Industri UIN Suska Riau yang tidak diketahui oleh banyak siswa. dikarenakan kurangnya informasi untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi di era modern. Penelitian ini mempunyai tujuan menganalisa faktor-faktor pembentukan *brand image* dan merancang strategi untuk meningkatkan *brand image* jurusan Teknik Industri UIN Suska Riau menggunakan metode *marketing mix*. Metode yang digunakan adalah *cochran q test* dan *marketing mix* Data dikumpulkan menggunakan penyebaran kuesioner yang diberikan kepada seratus responden. Pengumpulan data yang diperoleh dari kuesioner dievaluasi melalui uji validitas dan reliabilitas. Penelitian ini menemukan bahwa sembilan faktor yang membentuk *brand image* jurusan Teknik industri UIN Suska Riau yaitu: reputasi Teknik Industri, dikenal dimasyarakat, akreditasi jurusan Teknik Industri, tenaga pengajar yang professional dan tersertifikasi, kenyamanan bagi mahasiswa, kualitas jasa pendidikan, mengerti kebutuhan mahasiswa, perguruan tinggi dengan pelayanan berkualitas, lulusan yang berkompeten. Dan untuk membuat strategi promosi yang tepat untuk meningkatkan brand image dengan menerapkan 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process*)

**Kata Kunci:** *Brand Image*; *Marketing Mix*; Strategi Pemasaran; Akreditasi; Teknik Industri

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**ANALYSIS OF STUDENTS' INTEREST IN ENTERING HIGHER  
EDUCATION USING THE COCHRAN Q TEST AND MARKETING MIX  
METHOD (CASE STUDY: INDUSTRIAL ENGINEERING  
UNDERGRADUATE STUDENTS AT UIN SUSKA RIAU)**

**Reni Sulis Tiyandari  
NIM : 12050226438**

*Industrial Engineering Department  
Faculty Of Science And Technology  
State Islamic University Of Sultan Syarif Kasim Riau  
HR. Soebrantas Street, Km. 15 No 155, Pekanbaru*

**Abstract**

*Education is a significant factor in forming individual character and skills, which are crucial for societal development. This research examines the issues occurring in the Industrial Engineering department at UIN Suska Riau that are unknown to many students, due to the lack of information to continue education to higher education within the modern period. The reason for this is to look at the components that form brand image and design strategies to enhance the brand image of the Industrial Engineering department at UIN Suska Riau using the marketing mix method. The methods used are the Cochran Q test and the marketing mix. Data were collected using the distribution of questionnaires given to one hundred respondents. The data collected from the questionnaires were evaluated through validity and reliability tests. This research found that nine factors shape the brand image of the Industrial Engineering department at UIN Suska Riau, namely: the reputation of Industrial Engineering, recognition in the community, accreditation of the Industrial Engineering department, professional and certified teaching staff, comfort for students, quality of educational services, understanding student needs, a university with quality services, and competent graduates. And design the right promotional strategy to enhance the brand image by applying the 7Ps. (Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process)*

**Keywords:** *Brand image; Marketing mix; Marketing Strategy; Accreditation; Industrial Engineering*

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU





## KATA PENGANTAR



Puji syukur kami ucapkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, karunia serta hidayahnya, sehingga kami dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul **“analisis *Brand Image* terhadap Minat Mahasiswa Masuk Perguruan Tinggi menggunakan Metode *Cochrand Q Test* dan *Marketing Mix* (Studi Kasus: Mahasiswa S-1 Teknik Industri UIN Suska Riau)”** ini, sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Salawat dan salam semoga terlimpah kepada Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini masih banyak kekurangan, oleh karna itu penulis membutuhkan saran dan masukan dalam penulisan laporan kerja praktek ini. Selanjutnya dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Misra Hartati, S.T., M.T., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
4. Bapak Anwardi, S.T., M.T., selaku Sekretaris Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Nazaruddin, S.S.T., M.T., selaku Koordinator Tugas Akhir Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Ismu Kusumanto, S.T., M.T, selaku penasehat akademis yang menasehati, memberikan arahan dan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
7. Bapak Bapak Ismu Kusumanto, S.T., M.T, dan Bapak Suherman, S.T., M.T, selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Stata Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- fikiran dalam membimbing dan memberikan arahan yang sangat berharga bagi penulis dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan bagi penulis selama masa perkuliahan.
9. Kepada cinta pertama dan panutanku, Bapak Muhammad Fadil, terima kasih telah berjuang untuk kehidupan penulis, memenuhi kebutuhan finansial penulis selama ini, serta ribuan doa yang telah dilangitkan untuk keberhasilan penulis dalam mengapai cita-cita. Dan kepada pintu surgaku, Ibunda Eva Iriani, terima kasih sebesar-besarnya penulis haturkan atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang telah diberikan selama ini. Terima kasih atas nasehat yang selalu diberikan.
10. Kepada Adikku tercinta, Chandra Yuda. Terima kasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini, dan juga memberikan bantuan baik material maupun non material. Tumbuh menjadi versi paling baik dan semoga prosesmu dipermudah.
11. Kepada rekan-rekan terbaik, Giska Natasya, S.T., Rindi Aini Tanjung, dan Herriyzka Meiliati, terima kasih atas dukungan, keceriaan, dan semangat yang tiada henti. Kalian adalah support system yang luar biasa, selalu memberikan kebahagiaan dan kekuatan dalam setiap langkah perjalanan ini.
12. Kepada teman-teman, dari maba hingga sekarang dan selamanya, Rosita Harahap dan Nurhalida Ziah, terima kasih telah menemani perjalanan ini sejak awal. Dukungan dan semangat kalian sangat berarti, terutama dalam membantu penulis menyelesaikan Tugas Akhir.
13. Rekan-rekan seperjuangan Teknik Industri Angkatan 2020 yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
- Kepada Sara Indra Gusliana, S.E., dan Putri Nilam Sari terima kasih atas motivasi, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis. Terima kasih juga telah setia mendengarkan curahan hati penulis selama pengerjaan Tugas Akhir ini.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Penulis menyadari dalam penulisan laporan ini masih terdapat banyak kekurangan jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan adanya masukan berupa kritik maupun saran untuk penyempurnaan laporan ini. Penulis berharap agar laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, 23 Desember 2024  
Penulis

**RENI SULIS TIYANDARI**  
NIM. 12050226438



UIN SUSKA RIAU

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>COVER</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR HAK ATAS KEKAYAN INTELEKTUAL</b> .....	iv
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	v
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xviii
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Batasan Masalah .....	6
1.6 Posisi Penelitian.....	6
1.7 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II     LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Merek ( <i>Brand</i> ) .....	10
2.2 Citra ( <i>Image</i> ).....	11



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2.1 Citra Merek ( <i>Brand image</i> ) .....	12
2.3 Strategi Pemasaran Jasa .....	13
2.4 Kuesioner .....	14
2.5 SPSS .....	15
2.6 Populasi.....	16
2.7 Sampel .....	16
2.8 Teknik Pengambilan Sampel .....	16
2.9 Pengujian Data.....	18
2.9.1 Uji Validitas.....	18
2.9.1 Uji Reabiliti .....	19
2.10 <i>Cochran Q test</i> .....	20

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Studi Pendahuluan .....	24
3.2 Studi Literatur .....	24
3.3 Identifikasi Masalah.....	24
3.4 Rumusan Masalah.....	24
3.5 Batasan Masalah .....	25
3.6 Tujuan Praktikum .....	25
3.7 Pengumpulan Data.....	25
3.8 Pengolahan Data .....	26
3.9 Analisa .....	28
3.10Kesimpulan dan Saran .....	28

**BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

4.1 Pengumpulan Data.....	29
4.1.1 Profil Instansi.....	29
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Instansi.....	30
4.1.3 Demografi Responden Penelitian .....	30
4.1.4 Rekapitulasi Hasil Responden .....	32
4.2 Pengolahan Data .....	33
4.2.1 Uji Validitas.....	33

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2.2 Uji Reabilitas .....	35
4.3 <i>Cochran Q Test</i> .....	36
4.3.1 Langkah Pertama .....	37
4.3.2 Tahap Kedua .....	39
4.3.3 Tahap Ketiga.....	40
4.3.4 Tahap Keempat .....	41
4.3.5 Rancangan Strategi Promosi pada Jurusan Teknik Industri .....	39
4.3.4 Tahap Keempat .....	41
<b>BAB V ANALISA</b>	
5.1 Pengumpulan Data.....	45
5.1.1 Profil Instansi.....	45
5.1.2 Demografi Responden Penelitian .....	45
5.1.3 Analisa Hasil Kuesioner .....	46
5.2 Pengolahan Data .....	49
5.2.1 Uji Validitas.....	49
5.2.2 Uji Reabilitas .....	49
5.2.3 Uji <i>Cochran Q Test</i> .....	50
5.2.4 Analisa Rancangan Strategi Promosi dengan metode <i>Marketing Mix</i> .....	51
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1 Kesimpulan.....	54
6.2 Saran .....	46

**DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 3.1 <i>Flowchat</i> Metodologi Praktikum.....	23



### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

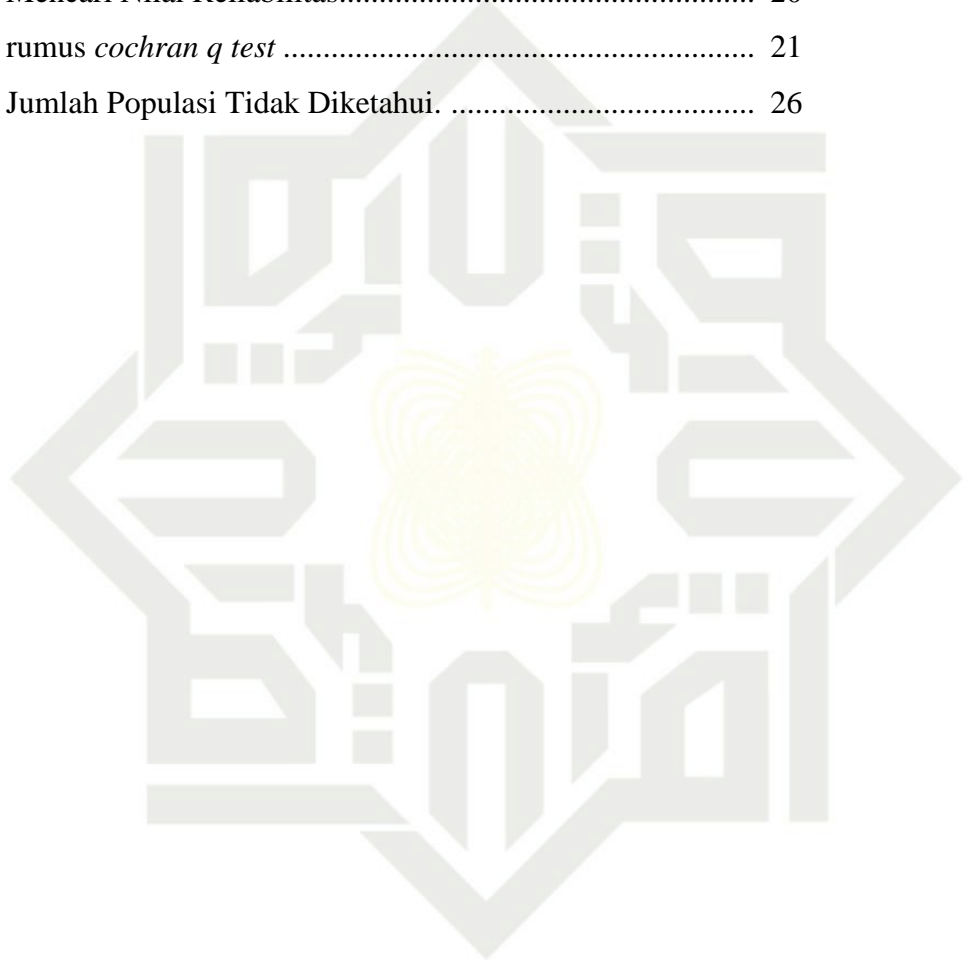
**DAFTAR TABEL**

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Data Mahasiswa Jurusan Tknik Industri Angkatan 2023 ..... 2
Tabel 1.2	Kuesioner Pendahuluan ..... 3
Tabel 1.3	Kuesioner Pendahuluan ..... 4
Tabel 1.4	Posisi Penelitian..... 7
Tabel 4.1	Demografi Responden berdasarkan Sekolah..... 31
Tabel 4.2	Demografi Responden berdasarkan Jenis Kelamin..... 32
Tabel 4.3	Rekapitulasi Hasil Jawaban Kuesioner..... 32
Tabel 4.3	Rekapitulasi Hasil Jawaban Kuesioner (Lanjutan) ..... 33
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas..... 34
Tabel 4.5	Hasil Uji Reabilitas ..... 35
Tabel 4.6	Hasil Kuesioner ..... 36
Tabel 4.6	Hasil Kuesioner (Lanjutan) ..... 37



## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus</b>	<b>Halaman</b>
Rumus 2.1 Sampel .....	16
Rumus 2.2 Uji Validitas.....	19
Rumus 2.3 Menghitung Variansi Butur Skor Pertanyaan.....	20
Rumus 2.4 Mencari Nilai Reliabilitas.....	20
Rumus 2.5 rumus <i>cochran q test</i> .....	21
Rumus 3.1 Jumlah Populasi Tidak Diketahui. ....	26



UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LAMPIRAN

**Lampiran**  
Lampiran

**Halaman**

Biografi Penulis ..... A-1



UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, masyarakat dihadapkan pada tantangan persaingan yang semakin ketat, terutama dalam upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia, khususnya di bidang pendidikan. Oleh karena itu, pendidikan menjadi sangat penting agar setiap individu dapat mengembangkan potensi dirinya melalui proses pembelajaran yang diakui oleh masyarakat. Jalur pendidikan terbagi menjadi pendidikan formal dan nonformal. Pendidikan formal yang diselenggarakan baik oleh pihak swasta maupun pemerintah memiliki peran yang sangat penting dalam mewujudkan tujuan pendidikan tersebut.

Pendidikan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Meskipun dalam bentuk yang sederhana, setiap komunitas manusia tetap memerlukan pendidikan. Dengan pendidikan, manusia dapat mewujudkan cita-citanya. Sebagian orang memiliki harapan untuk melanjutkan studi ke universitas yang diimpikan, sementara sebagian lainnya memilih untuk tidak melanjutkan pendidikan dan lebih memilih untuk bekerja.

Jumlah lulusan SMA/MA setiap tahunnya terus meningkat, begitu pula dengan jumlah siswa yang melanjutkan ke jenjang perkuliahan. Dari lebih dari satu juta lulusan SMA/MA, hanya sekitar seperempat yang diterima di perguruan tinggi negeri. Kapasitas daya tampung perguruan tinggi negeri setiap tahunnya tidak mengalami peningkatan yang signifikan, sehingga masih banyak calon mahasiswa yang tidak berhasil mendapatkan tempat di perguruan tinggi negeri.

Perguruan tinggi adalah lembaga pendidikan tinggi yang memiliki tugas menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran setelah tingkat sekolah menengah. Perguruan tinggi memberikan pendidikan berdasarkan kebudayaan bangsa Indonesia dan menggunakan pendekatan ilmiah. Di Indonesia, terdapat dua jenis perguruan tinggi, yaitu perguruan tinggi negeri (PTN) dan perguruan tinggi swasta (PTS) (Maya, 2022).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Universitas Islam Negeri (UIN) Suska Riau adalah salah satu universitas Islam yang berdiri di Riau. Didirikan sekitar 54 tahun yang lalu, UIN Suska Riau telah meluluskan banyak mahasiswa dan mahasiswi. Kampus ini memiliki visi untuk mewujudkan UIN Suska Riau sebagai perguruan tinggi Islam yang gemilang dan terkemuka dalam mengembangkan ilmu keislaman, sains, teknologi, dan seni secara integratif di kawasan Asia pada tahun 2025. Universitas ini memiliki delapan fakultas, salah satunya adalah Fakultas Sains dan Teknologi.

Fakultas Sains dan Teknologi (FASTE) memiliki lima Program Studi (Prodi), salah satunya adalah Program Studi Teknik Industri. Keberadaan Prodi Teknik Industri ini sangat strategis, mengingat pentingnya peran bidang ini dalam mendukung kemajuan sektor industri. Melalui kurikulum yang komprehensif dan berbasis pada perkembangan teknologi terkini, Prodi Teknik Industri diharapkan dapat menghasilkan lulusan-lulusan yang tidak hanya memiliki kompetensi dan keahlian dalam bidang perancangan, tetapi juga mampu mengintegrasikan berbagai disiplin ilmu teknik untuk menciptakan solusi inovatif. Para lulusan diharapkan dapat menguasai perancangan sistem, proses, maupun produk yang efektif dan efisien, serta memiliki kemampuan untuk mengatasi tantangan-tantangan kompleks di dunia industri yang terus berkembang. Selain itu, mereka juga diharapkan siap untuk berkontribusi dalam pengembangan teknologi baru, memperbaiki kinerja operasional perusahaan, dan berperan aktif dalam mendukung daya saing industri secara global.

Tabel 1.1 Data Mahasiswa Prodi Teknik Industri UIN Suska Riau

No	Mahasiswa Teknik Industri	Peminat	Lulus	Registrasi
1	Angkatan 2020	553	259	213
2	Angkatan 2021	665	90	79
3	Angkatan 2022	831	119	81
4	Angkatan 2023	855	96	73

(Sumber: Pengumpulan data 2024)

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat dilihat bahwa jumlah peminat dari tahun 2020 hingga 2022 mengalami peningkatan, sementara jumlah yang lulus dan yang

mendaftar ulang atau registrasi mengalami penurunan. Pada tahun 2020, sebanyak 259 orang mendaftar di jurusan Teknik, dan 213 orang di antaranya mendaftar ulang. Pada tahun 2021, jumlah lulusan turun menjadi 90 orang, sementara yang mendaftar ulang hanya sebanyak 79 orang. Meskipun terjadi penurunan pada tahun 2021, jumlah pendaftar kembali meningkat sedikit pada tahun 2022, dengan 119 orang yang lulus dan 81 orang yang mendaftar ulang.

Tabel 1.2 Kuesioner Pendahuluan

No	Pernyataan	SMK 4 Pekanbaru		SMK 3 Muhammadiyah		MAN 3 Pekanbaru		SMK Taruna Pekanbaru		SMA 15 Pekanbaru	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Apakah anda mengetahui jurusan Teknik Industri UIN SUSKA RIAU	5	5	2	8	3	7	2	8	4	6
2	Apakah anda tau jurusan teknik industri UIN Suska dari senior	2	7	0	10	1	9	0	10	1	9
3	Apakah anda tau jurusan teknik industri UIN Suska dari Teman	2	7	2	8	2	8	1	9	2	8
4	Apakah anda tau jurusan teknik industri UIN Suska dari media sosial	1	8	0	10	0	10	1	9	1	9
5.	Apakah anda tertarik masuk jurusan Teknik Industri	8	2	7	3	5	5	4	6	8	2

(Sumber: Pengumpulan data 2024)

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan di SMK Muhammadiyah, MAN 3 Pekanbaru, dan SMA 15 Pekanbaru, sebagian responden mengaku belum mengetahui tentang jurusan Teknik Industri. Hal ini disebabkan oleh kurangnya informasi mengenai jurusan Teknik Industri di media sosial, yang menjadi salah satu faktor utama. Selain itu, sebagian dari mereka juga menyatakan tidak berminat melanjutkan ke Perguruan Tinggi UIN Suska Riau untuk jurusan

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Teknik Industri, karena lebih memilih untuk melanjutkan ke bidang yang telah dipilih sebelumnya di tingkat SMK, dengan alasan agar lebih mudah mendalami materi yang sudah dipelajari.

Tabel 1.3 Kuesioner Pendahuluan

No	Pernyataan	Angkatan 2023	
		Ya	Tidak
1.	Apakah anda mengetahui jurusan Teknik Industri UIN SUSKA RIAU	19	6
2.	Apakah anda tau jurusan teknik industri UIN Suska dari senior	7	18
3.	Apakah anda tau jurusan teknik industri UIN Suska dari Teman	8	17
4.	Apakah anda tau jurusan teknik industri UIN Suska dari media sosial	5	20
5.	Apakah anda tertarik masuk jurusan Teknik Industri	21	4

(Sumber: Pengumpulan data 2024)

Peneliti juga telah menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa Jurusan Teknik Industri angkatan 23, Kecenderungan mahasiswa dalam memilih program studi umumnya didasarkan pada minat pribadi, meskipun tidak jarang juga mahasiswa memilih program studi karena pengaruh dari faktor eksternal. Idealnya, mahasiswa memilih jurusan yang sesuai dengan minat mereka, sehingga mereka dapat merasakan kepuasan selama proses perkuliahan. Sebaliknya, jika mahasiswa memilih jurusan karena terpaksa atau paksaan, hal ini seringkali menimbulkan rasa ketidaknyamanan yang dapat berujung pada kegagalan.

Perguruan tinggi saat ini saling berlomba untuk meningkatkan citra merek (*brand image*) mereka, karena eksistensi perguruan tinggi sangat bergantung pada minat calon mahasiswa untuk bergabung sebagai konsumen. Hal ini penting agar perguruan tinggi tersebut dapat dipilih oleh siswa-siswa dari sekolah menengah atas yang akan melanjutkan studi ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

*Branding* sangat erat kaitannya dengan dunia pemasaran dan layanan, sehingga penelitian yang mengangkat topik ini dalam konteks penjualan barang dan

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

jasa cukup sering ditemui. Lembaga pendidikan tinggi atau universitas, sebagai institusi yang menyediakan layanan pendidikan serta berperan sebagai salah satu komoditas industri, juga perlu memperhatikan kualitas merek organisasinya. Hal ini penting karena berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari citra merek terhadap keputusan konsumen dalam memilih suatu layanan." (Juliana dan Johan, 2020).

Minat merupakan suatu keinginan atau kemauan yang dimiliki setiap individu, yang muncul sebagai dorongan dari dalam diri untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Dalam konteks ini, minat yang dimaksud adalah keinginan siswa untuk memilih dan menentukan tempat di mana mereka akan mendaftar untuk melanjutkan pendidikan, sesuai dengan sekolah atau perguruan tinggi yang mereka inginkan (Larasati, 2020).

Penelitian terkait metode *cochran q test* telah dilakukan oleh Mabur, 2020 membahas tentang faktor-faktor yang mendorong orang membeli pakaian bekas dipekanbaru dengan merencanakan strategi pemasaran pakaian bekas di toko *second sans*. Dengan menggunakan metode *cochran q tests* didapatkan tiga faktor orang membeli pakaian pertama kebutuhan pakaian kedua pendapatan/uang saku dan yang ke tiga merek yang dijual.

Peneliti terkait metode *marketing mix* telah dilakukan oleh Scorita dan Handayani., 2021 membahas terkait upaya menarik perhatian masyarakat terutama menarik minat calon mahasiswa menggunakan metode *marketing mix* dengan tujuan untuk mengetahui penerapan *marketing mix* pada perguruan tinggi. Penelitian ini memperoleh hasil Diantara kelima strategi (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*) customer service dan diluar indikator tersebut sebaiknya perguruan tinggi menerapkan usaha-usaha selain *marketing mix* yang sifatnya konstan, terus menerus misalnya pelatihan, seminar dan *open house*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pengaruh Brand Image



Program Studi Teknik Industri UIN Suska Riau terhadap minat mahasiswa dalam memilih untuk melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi tersebut?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Analisa faktor-faktor pembentukan *brand image* pada jurusan teknik industri UIN SUSKA RIAU menggunakan metode *Cochran Q test*
2. Merancang strategi promosi yang efektif untuk memperkuat *brand image* Program Studi Teknik Industri dengan memanfaatkan metode *Marketing Mix*

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti  
 Penelitian ini sebagai laporan Tugas Akhir Mahasiswi untuk menyandang gelar sarjana teknik dan laporan ini dapat dijadikan referensi pada penelitian selanjutnya.
2. Bagi Intansi  
 Melalui penelitian ini diharapkan perusahaan dapat memperoleh informasi sejauh mana *brand image* yang dimiliki dikenal oleh mahasiswa

### 1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data penerima mahasiswa Baru 2020 sampai 2023
2. Penelitian dilakukan di jurusan Teknik Industri UIN SUSKA RIAU
3. Kuesioner disebarakan kepada siswa siswi SMA/ sederajat pekanbaru
4. Tidak membahas tentang korupsi, dan kasus hukum

### 1.6 Posisi Penelitian

Adapun posisi penelitian pada Tugas Akhir adalah sebagai berikut:

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Tabel 1.4 Posisi Penelitian

No	Judul dan Penulis	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil
1	Analisis Faktor-Faktor Orang Membeli Pakaian bekas Dipekanbaru, Studi kasus toko pakaian bekas Second Sans (Mabrur, 2020)	Mengetahui faktor-faktor yang mendorong orang membeli pakaian bekas dipekanbaru dan Merancang strategi pemasaran pakaian bekas di toko Second Sans.	<i>Cochran Q-Test</i>	Faktor yang didapat dari Hasil perhitungan dengan metode <i>Cochran Q Test</i> adalah kebutuhan pakaian, pendapatan/uang saku, merek yang dijual
2	Penerapan uji Q Cochran terhadap Atribut Produk Laptop Menggunakan Multiple Response Analysis (MRA) (Oktoriandi, 2021)	penentuan atribut dari suatu produk yang dianggap penting oleh konsumen	<i>Cochran Q-Test</i>	Dari hasil perolehan odds ratio menunjukkan kecenderungan berada pada atribut spesifikasi lebih penting sebesar 3,86 kali dari atribut harga. Dengan kata lain bahwa dalam kasus ini spesifikasi merupakan atribut yang dianggap paling penting
3	ANALISA SIKAP DAN PERILAKU MAHASISWA TERHADAP PEMBELAJARAN DARING DI MASA PANDEMIC COVID-19 (Sari, dkk., 2021)	mengevaluasi sikap dan perilaku mahasiswa terhadap proses pembelajaran daring di masa pandemic Covid 19 serta penyusunan strategi guna meningkatkan pembelajaran berbasis online di era new normal.	<i>Cochran Q-Test</i>	Hasil analisis chochran untuk mengukur faktor pembentuk perilaku mahasiswa pada pembelajaran online selama pandemi Covid 19 dinyatakan bahwa seluruh indikator dalam bentuk pernyataan yang berikan kepada responden dianggap penting dan mendukung dalam pembelajaran online yang dilakukan oleh IIB Darmajaya selama pandemi.
4	Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Studi Kasus pada Bank Syariah di Kota (Siregar dan Yusran, 2019)	melandasi keputusan nasabah menabung studi kasus bank syariah di kota Batam	<i>Cochran Q-Test</i>	Pada pengujian <i>Cochran Q Test</i> terdapat indikator yang terpilih antara lain faktor karakteristik, faktor pelayanan, faktor pengetahuan

(Sumber: Pengolahan Data)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.4 Posisi Penelitian (Lanjutan)

No	Judul dan Penulis	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil
	PENERAPAN <i>MARKETING MIX</i> PADA PERGURUAN TINGGI (Scorita dan Handayani 2021)	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan marketing mix pada perguruan tinggi.	<i>marketing Mix</i>	Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa ada delapan indikator dalam marketing mix yang efektif diterapkan pada perguruan tinggi diantaranya pengelolaan <i>product, price, promotion, place, people, process, physical evidence, customer service</i> dan diluar indikator tersebut sebaiknya perguruan tinggi menerapkan usaha-usaha selain <i>marketing mix</i> yang sifatnya konstan, terus menerus misalnya pelatihan, seminar dan <i>open house</i> ..

(Sumber: Pengolahan Data)

### 1.7 Sistematika Penulis

Adapun sistematika yang terdapat pada penulisan laporan Tugas Akhir adalah sebagai berikut:

#### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini mencakup berbagai komponen penting, antara lain latar belakang masalah yang menjelaskan konteks penelitian, rumusan masalah yang mengarahkan fokus penelitian, tujuan penelitian yang menggambarkan sasaran yang ingin dicapai, serta manfaat penelitian yang memberikan gambaran tentang kontribusi penelitian ini.

#### BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas konsep dan teori yang relevan mengenai Cochran Q-Test, serta konsep-konsep pendukung yang digunakan dalam penyusunan laporan, seperti referensi dari jurnal, buku, dan sumber lainnya yang dapat memberikan dukungan teoritis bagi penelitian yang dilakukan

#### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang studi literatur laporan, dan langkah-langkah dalam menyelesaikan masalah pada laporan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

#### **BAB IV PENGUMPULAN DATA DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini berisikan data-data yang telah dikumpulkan dan kemudian dilakukan pengolahan data sesuai dengan konsep atau teori yang digunakan serta metode yang dipakai.

#### **BAB V ANALISA**

Bab ini berisi analisis terhadap hasil pengolahan data yang telah diperoleh, diikuti dengan penjelasan mengenai makna dan keputusan yang diambil berdasarkan hasil analisis tersebut.

#### **BAB VI PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, yang disesuaikan dengan tujuan penelitian, serta saran yang diberikan kepada instansi terkait.

##### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II LANDASAN TEORI

### 2.1 Merek (*Brand*)

Merek memegang peranan penting bagi sebuah perusahaan. Di era digital, perubahan kebiasaan masyarakat telah membuat reputasi merek produk tradisional mulai memudar. Merek yang sudah dikenal luas secara offline selama bertahun-tahun kini berpotensi kalah saing dengan merek baru yang lebih aktif di media sosial, terutama dalam hal penjualan online. (Putri, dkk., 2021)

Merek adalah nama, istilah, simbol, desain khusus, atau kombinasi unsur-unsur yang dirancang untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual. Tujuannya adalah untuk membedakan produk atau jasa tersebut dari pesaing dan menghubungkannya dengan penjual atau kelompok penjual tertentu. Merek merupakan atribut penting dari sebuah produk, dan penggunaannya saat ini telah sangat meluas karena berbagai alasan. Merek suatu produk dapat memberikan nilai tambah yang signifikan pada produk tersebut. (Anisa, 2022).

Kotler dan Armstrong (2017) dikutip Hidayat dan Setiawati (2021) menyatakan enam tingkatan arti sebuah merek berkenaan dengan atribut, manfaat, nilai, budaya, kepribadian, dan pemakai, seperti dijelaskan berikut:

- 1 Atribut suatu merek dapat memunculkan asosiasi dengan karakteristik atau kualitas tertentu.
- 2 Manfaat (*benefit*) atribut-atribut harus diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan emosional
- 3 Nilai (*value*) merek juga mencerminkan prinsip, etika, dan komitmen yang dimiliki oleh produsen, yang dapat menciptakan hubungan emosional dan kepercayaan dengan konsumen.
- 4 Budaya (*culture*) merek dapat mewakili atau melambangkan suatu budaya tertentu
- 5 Personal (*personality*) merek mampu mencerminkan kepribadian tertentu
- 6 Pemakai (*user*) merek tersebut menyiratkan jenis konsumen yang membeli atau menggunakan produk tersebut.

Kotler dan Keller (2016) dikutip oleh Hidayat dan Setiawati (2021) juga menyatakan bahwa *Brand* memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan, yaitu :

1. Merek memudahkan identifikasi dan pelacakan produk.
2. Merek membantu dalam pengelolaan persediaan dan laporan keuangan.
3. Merek memberikan perlindungan hukum terhadap fitur dan aspek unik produk.
4. Nama merek dapat dilindungi melalui merek dagang terdaftar, proses produksi melalui hak paten, serta kemasan dan desain melalui hak cipta dan desain industri.
5. Hak atas kekayaan intelektual memastikan perusahaan dapat dengan aman berinvestasi dalam merek dan meraih keuntungan dari aset yang berharga.
6. Merek menandakan kualitas tertentu, sehingga pembeli yang puas dapat dengan mudah memilih produk kembali.
7. Loyalitas merek menciptakan permintaan yang stabil dan dapat diprediksi bagi perusahaan.
8. Merek dapat menjadi alat yang efektif untuk memperoleh keunggulan kompetitif.

## 2.2 *Image (Citra)*

Citra merupakan kesan, perasaan, atau gambaran yang dimiliki publik terhadap suatu perusahaan; kesan yang sengaja diciptakan dari objek, individu, atau organisasi tertentu. Oleh karena itu, citra perlu dibentuk dengan tujuan untuk memiliki nilai positif. Citra merupakan salah satu aset terpenting bagi perusahaan atau organisasi. Setiap perusahaan memiliki citra yang berbeda, tergantung pada pandangan orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan muncul dari pelanggan, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi pedagang, dan publik lainnya yang memiliki pandangan terhadap perusahaan tersebut (Kirana, dkk., 2020).

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 2.2.1 Brand Image (Citra Merek)

*Brand image* merupakan persepsi atau penilaian yang dimiliki konsumen terhadap suatu merek, apakah positif atau negatif. Hal ini didasarkan pada pertimbangan dan perbandingan antara berbagai merek, sehingga, merek yang menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen akan dipilih. Citra merek yang kuat dan positif menjadi salah satu faktor penting. Tanpa citra yang kuat dan positif, perusahaan akan kesulitan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. (Sariowan, 2023).

*brand image* adalah kumpulan pikiran pelanggan tentang merek. Karena brand image mencerminkan suatu produk, konsumen melihat brand image sebagai elemen penting yang mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut. Semakin baik dan positif brand image yang melekat pada produk, semakin besar kemungkinan konsumen untuk memilih dan membeli produk tersebut, karena mereka merasa lebih yakin dan percaya terhadap kualitas yang ditawarkan (Mahiri, 2020)

Menurut Kotler (2012) dikutip oleh Sampe dan Tahalele (2023) faktor-faktor pendukung terbentuknya citra merek dalam keterkaitannya dalam asosiasi merek yaitu:

#### 1. Keunggulan Asosiasi Merek (*Favorability of Brand Association*)

Keunggulan asosiasi merek adalah ketika pelanggan percaya bahwa fitur dan keuntungan yang ditawarkan oleh suatu merek dapat memenuhi atau bahkan melampaui kebutuhan dasar mereka. Asosiasi ini muncul ketika pelanggan merasa bahwa merek tersebut dapat memenuhi kebutuhan dasar mereka dan juga dapat memberikan nilai tambahan, kenyamanan, dan kepuasan yang lebih besar. Semakin kuat asosiasi merek yang positif, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan dengan merek tersebut.

#### 2. Kekuatan Asosiasi Merek (*Strength of Brand Association*)

Kekuatan asosiasi merek merujuk pada asosiasi yang terbentuk dari informasi yang diterima oleh konsumen dan bagaimana informasi tersebut disimpan dalam ingatan serta bertahan sebagai bagian dari citra merek

#### 3. Keunikan Asosiasi Merek (*Uniqueness of Brand Association*)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Keunikan asosiasi merek merujuk pada asosiasi yang muncul ketika suatu produk atau jasa dibandingkan langsung dengan produk atau jasa sejenis dari pesaing, sehingga menciptakan kesan yang unik dalam pikiran konsumen.

Berikut adalah komponen dari citra merek Sampe dan Tahalele (2023):

1. Citra pembuat (*corporate image*), yaitu serangkaian asosiasi yang dipersepsikan oleh konsumen terhadap perusahaan yang memproduksi suatu produk atau jasa.
2. Citra pemakai (*user image*), yaitu serangkaian asosiasi yang terbentuk dalam persepsi konsumen terhadap pengguna yang memakai barang atau jasa tersebut.
3. Citra produk (*product image*), yaitu serangkaian asosiasi yang terbentuk dalam persepsi konsumen terhadap sebuah produk.

Semakin baik *brand image* yang melekat pada produk maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk tersebut. Ada beberapa manfaat dari *brand image* yang positif, yaitu (Mahiri, 2020):

1. Konsumen yang memiliki citra positif terhadap suatu merek cenderung lebih memilih untuk melakukan pembelian.
2. Perusahaan dapat mengembangkan lini produk baru dengan memanfaatkan citra positif yang telah terbentuk pada merek produk lama.
3. Kebijakan *family branding* dan *leverage branding* dapat diterapkan jika citra merek produk yang ada sudah positif.

### 2.3 Strategi Pemasaran Jasa

Strategi pemasaran merupakan rangkaian tujuan, sasaran, kebijakan, dan aturan yang mengarahkan usaha pemasaran dari waktu ke waktu. Strategi ini diterapkan pada berbagai tingkatan dan acuan, dan dialokasikan terutama sebagai tanggapan perusahaan terhadap perubahan lingkungan dan persaingan yang terus berkembang. Pasaran jasa adalah bagian dari sistem layanan secara keseluruhan, di mana bisnis berinteraksi dengan pelanggannya mulai dari pengiklanan hingga penagihan. Ini mencakup semua kontak yang terjadi selama proses layanan kepada pelanggan. (Mamahit, dkk., 2021)

Salah satu strategi pemasaran adalah melalui teknik promosi. Promosi merupakan salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu program

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemasaran. Andharini (2016) dikutip Lay, dkk (2023) mengatakan bahwa terdapat 6 (enam) model strategi yang dapat dilakukan untuk mengkomunikasikan pemasaran jasa pendidikan, yaitu:

- 1) Iklan: merupakan bentuk presentasi yang dilakukan oleh individu atau pihak tertentu untuk mempromosikan gagasan, barang, atau jasa yang disponsori oleh pihak yang telah ditentukan.
- 2) Promosi Penjualan: dipahami sebagai jenis insentif jangka pendek yang memotivasi pelanggan untuk mencoba atau membeli barang atau jasa.
- 3) Hubungan masyarakat dan pemberitaan mengacu pada program yang mempromosikan atau melindungi reputasi sekolah dan semua yang dihasilkannya.
- 4) Penjualan pribadi: Pertemuan langsung dengan calon pembeli untuk memberikan presentasi, menjawab pertanyaan, dan memesan
- 5) Pemasaran langsung dan interaktif: dilakukan dengan berkomunikasi secara langsung dengan calon pembeli dan pelanggan melalui surat, telepon, faksimile, atau internet.
- 6) Berita atau cerita dari mulut ke mulut: ini dianggap sangat efektif untuk menyampaikan pesan lembaga sekolah kepada klien dan calon klien.

Salah satu fungsi pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menciptakan citra institusi yang positif untuk menarik calon siswa-siswi baru. Oleh karena itu, lembaga pendidikan perlu melakukan berbagai upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Salah satu cara untuk melakukannya adalah dengan memasukkan elemen-elemen dalam campuran pemasaran. Strategi bauran pemasaran jasa pendidikan merupakan kombinasi dari berbagai elemen yang disajikan oleh sekolah kepada pelanggan jasa pendidikan untuk mempromosikan layanan pendidikan yang ditawarkan. (Zulfiah, dkk., 2023).

## 2.4 Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Survei ini berupa daftar pertanyaan yang ditujukan kepada banyak orang yang



disebut responden. Hasil dari penyebaran kuesioner ini adalah data yang mengandung informasi terkait dengan kasus yang sedang diselidiki (Prawiyogi, dkk., 2021).

Ada beberapa alasan dan tujuan mengapa survei digunakan sebagai metode pengumpulan data. Secara khusus, kuesioner membantu sumber data untuk memberikan jawaban, serta memudahkan dalam hal kegunaan dan penggunaannya. Survei merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat tidak langsung, dengan pertanyaan yang dapat bersifat terbuka atau tertutup. Dalam mempersiapkan kuesioner, beberapa hal yang perlu diperhatikan antara lain: mengembangkan instruksi pengisian atau pengantar untuk memastikan kerahasiaan tanggapan, merumuskan pertanyaan dengan jelas dalam bahasa yang mudah dipahami oleh responden, serta menyediakan ruang untuk pertanyaan terbuka agar responden dapat memberikan komentar tambahan (Jannah, 2020).

Jenis kuesioner dibagi menjadi dua bagian (Ulum, dkk., 20).

1. Kuesioner Terbuka adalah kuesioner yang berisi daftar pertanyaan terbuka yang jawabannya tergantung pada responden itu sendiri.
1. Kuesioner Tertutup adalah kuesioner yang berisikan daftar pertanyaan yang jawabannya sudah disediakan oleh penyusun kuesioner. Biasanya kuesioner jenis ini pertanyaannya berupa pendapat. Kuesioner ini relatif lebih sukar dijawab oleh responden karena memerlukan pikiran responden.

## 2.5 SPSS

SPSS, singkatan dari *Statistical Package for the Social Sciences*, adalah program komputer yang paling banyak digunakan untuk analisis statistik dalam ilmu sosial dan digunakan untuk analisis statistik *interaktif* atau *batch*. Namun, versi pengembangannya telah digunakan di banyak disiplin ilmu lainnya. SPSS adalah program aplikasi yang dapat melakukan analisis statistik dan sistem manajemen data pada lingkungan grafis. Cara pengoperasiannya mudah dipahami berkat menu deskriptif dan kotak dialog yang sederhana (Handayani dkk, 2023)

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.6 Populasi

Menurut Sugiyono (2012 : 80) dikutip oleh Setyaningsih, (2021) Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari subjek atau obyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian membuat kesimpulan. Populasi adalah sekumpulan subjek yang ditetapkan berdasarkan kriteria tertentu yang akan digunakan untuk melakukan penelitian.

## 2.7 Sampel

Menurut Sugiyono (2016) dikutip oleh Setyaningsih, (2021) menyatakan bahwa Sampel diambil dari populasi berdasarkan jumlah dan karakteristiknya. Penarikan sampel dilakukan dengan Metode Slovin, yang terlihat sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots(2.1)$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai kritis atau taraf

## 2.8 Teknik Pengambilan Sampel

Proses pengambilan sampel adalah langkah pertama dan bagian penting dari keseluruhan proses analisis. Teknik pengambilan sampel dilakukan untuk menyerupai, dengan tujuan menghilangkan kekacauan di antara teknik-teknik yang tampaknya serupa. Secara umum teknik pengambilan sampel dapat dibagi menjadi dua katagori (Firmansyah, 2022):

1. *Probability sampling* atau pengambilan sampel acak

*Probability sampling* Dengan kata lain, setiap item populasi memiliki peluang yang sama untuk dimasukkan ke dalam sampel. Ada beberapa teknik yang ada dalam *Probability sampling* sebagai berikut:

a. Sampel Acak Sederhana (*Simple Random Sampling*)

- Hak Cipta Diilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dikatakan sederhana karena sampel diambil secara acak tanpa mempertimbangkan strata yang terdapat dalam populasi. Metode ini digunakan ketika anggota populasi dianggap seragam.

b. Sampling Sistematis (*Sampling Systematic*)

*Sampling sistematis* adalah Setiap kasus ke-n dipilih setelah pemilihan acak awal. Sebagai contoh, jika Anda melakukan survei terhadap sampel konsumen, setiap konsumen kelima dapat dipilih dari sampel yang ada.

c. Pengambilan Sampel Acak Bertingkat (*Stratified Random Sampling*)

*Stratified sampling* adalah Populasi dibagi menjadi strata atau subkelompok, dan sampel acak diambil dari setiap subkelompok tersebut. Subkelompok merupakan kelompok elemen yang memiliki karakteristik serupa, seperti ukuran perusahaan, jenis kelamin, atau pekerjaan, misalnya.

d. Pengambilan Sampel Klaster (*Cluster sampling*)

*Cluster sampling* adalah metode pengambilan sampel di mana populasi dibagi menjadi kelompok atau kluster. Kemudian, beberapa kluster dipilih secara acak, dan semua elemen dalam kluster yang terpilih digunakan sebagai sampel akhir.

e. Pengambilan Sampel Multi

Pengambilan sampel multi-tahap adalah proses yang berfokus pada pemilihan sampel secara bertahap, dimulai dari sampel yang lebih luas dan kemudian dipersempit melalui beberapa tahap. Tujuan utama dari teknik ini adalah untuk memilih sampel yang terfokus pada beberapa wilayah geografis tertentu, yang dapat membantu menghemat waktu dan biaya dalam proses pengumpulan data.

2. Pengambilan Sampel Non Probabilitas

*Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana setiap elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi bagian dari sampel, sehingga pemilihannya tidak acak. Tekniknya antara lain sebagai berikut:

a. Pengambilan Sampel Kuota (*Quota Sampling*)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

*Quota sampling* adalah metode sampel non-random yang memilih subjek berdasarkan atribut yang telah ditetapkan sebelumnya sehingga total sampel memiliki distribusi sifat yang sebanding dengan populasi yang lebih luas.

b. Pengambilan Sampel Bola Salju (*Snowball Sampling*)

*Snowball sampling* adalah metode sampel non-random yang menggunakan beberapa kasus untuk mendorong kasus lain untuk berpartisipasi dalam penelitian, meningkatkan ukuran sampel. Karena ketertutupannya, metode ini paling efektif untuk populasi kecil yang sulit diakses.

c. Pengambilan Sampel Keinginan (*Convenience Sampling*)

*Convenience sampling* adalah memilih peserta karena mereka sering tersedia dengan mudah. Karena murah dan mudah digunakan, *convenience sampling* biasanya menjadi metode sampling yang disukai siswa.

d. Pengambilan Sampel yang Bertujuan atau Pertimbangan (*Purposive or Judgment Sampling*)

Pengambilan sampel *purposive* atau *judgmental* adalah strategi di mana orang atau peristiwa tertentu dipilih secara sengaja untuk memberikan informasi yang sangat penting yang tidak dapat diperoleh dari opsi lain.

## 2.9 Pengujian Data

Adapun pengujian data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 2.9.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur sejauh mana data yang dikumpulkan tepat dan sesuai dengan tujuan penelitian yang hendak diteliti. Uji validitas ini penting dilakukan untuk memastikan bahwa pertanyaan yang diajukan dalam survei atau penelitian tidak menghasilkan data yang menyimpang atau tidak akurat dari deskripsi variabel yang bersangkutan. Semakin tinggi validitas instrumen, semakin akurat alat pengukur tersebut dalam mengukur suatu data. Secara teori, uji validitas dapat diukur melalui korelasi product moment atau korelasi Pearson. (Prambudi dan Imantoro, 2021).

Berikut adalah rumus dari uji validitas (Ibrahim, 2022)

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{[\sqrt{n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2}][\sqrt{n(\sum y_i^2) - (\sum y_i)^2}]} \quad \dots(2.2)$$

keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

$x_i$  = skor setiap item pada percobaan pertama

$y_i$  = skor setiap item pada percobaan selanjutnya

$n$  = jumlah responden

Apabila  $r$  hitung yang diperoleh  $> r_{tabel}$ , maka instrumen atau pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (valid). Begitu sebaliknya jika  $r_{hitung}$  yang diperoleh  $< r_{tabel}$ , maka instrument atau pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (tidak valid).

### 2.9.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian yang mengukur sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Jika alat pengukur yang sama digunakan untuk mengukur gejala yang serupa pada dua kesempatan berbeda dan menghasilkan hasil yang konsisten, maka alat tersebut dapat dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi. Dengan kata lain, reliabilitas mengindikasikan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama (Sanaky, dkk., 2021).

Konsep reliabilitas berkaitan dengan konsistensi skor hasil item yang diuji pada kuesioner penelitian. Suatu uji reliabilitas dianggap reliabel jika nilai *Cronbach's alpha* lebih dari 0,6, yang menunjukkan bahwa instrumen pengukuran memiliki konsistensi internal yang baik. Untuk mempermudah perhitungan uji reliabilitas, maka penulis menggunakan program microsoft excel dan *SSPS statistics (statistical program of social science) 20 version for windows* (Rosadiana dan Arifin, 2022).

Prosedur mencari nilai reliabilitas dengan rumus *Cronbach's alpha* (" $\alpha$ ") adalah sebagai berikut (Ratnaningsih dan Rahman, 2021):

1. Menghitung variansi butir skor pertanyaan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{N}}{N} \quad \dots(2.3)$$

Keterangan :

N = Jumlah pernyataan

X<sub>t</sub> = Total jawaban responden untuk setiap pertanyaan

$\sigma_t^2$  = Variansi tiap item

2. langkah langkah mencari nilai reliabilitas dengan menggunakan *alpha Cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) (Maulana, 2022):

$$r_i = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum s_i}{s_t} \right] \quad \dots(2.4)$$

Keterangan :

r<sub>i</sub> = koefisien reliabilitas *Alfa Cronbach*

$\sum s_i^2$  = jumlah varians skor tiap item

K = Jumlah instrumen

s<sub>t</sub><sup>2</sup> = varians total

### 2.10 Cochran Q Test

*Cochran Q test* digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara setiap asosiasi pada merek yang diteliti. Asosiasi yang saling terkait akan membentuk citra merek dari produk tersebut. *Uji Cochran Q* diterapkan pada data dengan skala pengukuran nominal untuk dua informasi yang terpisah. Adapun hipotesis dari *Cochran Q test* adalah sebagai berikut (Herawan dan Arijanto, 2022):

H<sub>0</sub> : Kemungkinan jawaban “Ya” adalah sama untuk semua variabel (asosiasi).

H<sub>1</sub> : Kemungkinan jawaban “Ya” adalah tidak sama untuk semua variabel (asosiasi)

Dalam uji *Cochran Q*, terdapat dua penilaian atau dikotomi yang berlawanan, seperti berhasil atau gagal, ya atau tidak, dan sebagainya. Variabel yang dihitung berasal dari individu yang sama atau sesuai. Data yang digunakan dalam analisis *Cochran Q* berbentuk biner, di mana nilai 1 menunjukkan keberhasilan dan nilai 0 menunjukkan kegagalan (Oktoriandi, 2021).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengujian ini dapat digunakan untuk data nominal ataupun ordinal. Dengan rumus *cochran q test* adalah sebagai berikut:

$$n = Z^2 P (1 - P) / d^2 \quad \dots(2.5)$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- z = Nilai standar = 1.96
- p = Maksimal eliminasi = 50%
- d = Alpa (0,10) atau sampling error

### 2.11 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran adalah konsep yang dirancang untuk meningkatkan nilai jual dengan menggabungkan berbagai elemen strategi pemasaran yang berbeda. Bauran pemasaran sendiri terdiri dari serangkaian langkah pemasaran yang diterapkan oleh suatu perusahaan atau lembaga untuk mencapai target yang telah ditetapkan. (Nasution, dkk., 2023).

Terdapat tujuh Indikator utama promosi adalah sebagai berikut (Pasaribu, 2021):

#### 1. Produk (*Product*)

Produk dalam sektor jasa pendidikan merujuk pada layanan yang diberikan kepada pelanggan, seperti kepercayaan, tujuan jangka panjang, dan berbagai pilihan yang tersedia. Sekolah yang mampu bertahan dan bersaing adalah yang memiliki reputasi yang baik, visi masa depan yang jelas, dan menawarkan pendidikan berkualitas tinggi. Sekolah-sekolah ini memiliki peluang yang cerah bagi siswa yang ingin belajar di sana.

#### 2. Harga (*Price*)

Harga adalah unsur yang sangat penting karena mencerminkan nilai manfaat dari suatu produk atau layanan. Lembaga menetapkan harga berdasarkan berbagai pertimbangan, karena harga tersebut akan mempengaruhi pendapatan atau hasil yang diinginkan. Harga juga menjadi faktor utama yang menentukan posisi dan kelas produk yang akan dipasarkan.

### 3. Tempat (*Place*)

Letak lokasi sekolah memiliki peranan yang sangat penting, karena lingkungan di mana jasa disampaikan menjadi bagian dari nilai dan manfaat jasa yang dipersepsikan. Hal ini berperan sebagai faktor penting dalam menentukan pilihan. Jangkauan lokasi juga harus dipertimbangkan dengan baik, karena lokasi yang strategis dapat memaksimalkan peluang akses publik.

### 4. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah salah satu prinsip dasar pemasaran, di mana perusahaan atau lembaga diharapkan memberikan perhatian penuh kepada calon konsumen barang atau jasa yang telah disediakan melalui insentif. Insentif ini bisa berupa potongan harga, penyampaian produk dan layanan secara menarik, dan lain sebagainya. Penggunaan tim atau individu yang mampu mempengaruhi banyak orang dengan komunikasi yang efektif dan dinamis sangat penting agar produk dan jasa yang ditawarkan dapat menarik minat konsumen.

### 5. Orang (*People*)

*People* merupakan aset utama dalam sektor jasa suatu perusahaan atau lembaga adalah orang-orang yang terlibat dalam penawaran layanan, yang berinteraksi langsung dengan konsumen. Oleh karena itu, karyawan dan tim yang bertugas harus memiliki etos kerja yang tinggi, karena hal ini akan mempengaruhi ketertarikan dan kepuasan konsumen.

### 6. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Bukti fisik mengacu pada hal-hal yang dapat dirasakan oleh indra manusia, seperti penglihatan, perabaan, atau penciuman. Bukti fisik ini meliputi bangunan, fasilitas, serta sarana dan prasarana yang ada di sekitarnya.

### 7. Proses (*Process*)

Pelayanan produk dan jasa sangat bergantung pada cara penyampaiannya kepada konsumen yang telah dipilih. Berdasarkan berbagai pertimbangan dan peran yang ada dalam organisasi, proses operasional harus dilakukan secara terstruktur dan memiliki tujuan yang jelas. Sistem yang ada perlu dijalankan oleh individu-individu yang memiliki pemahaman dan keterampilan untuk melaksanakannya dengan efektif.

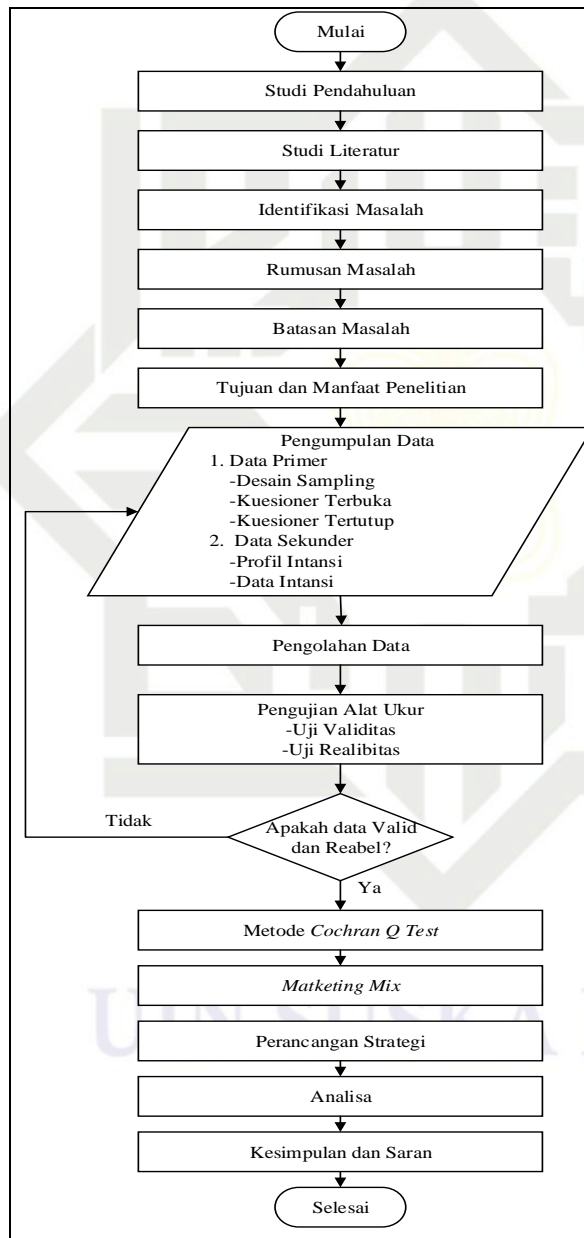
#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian yaitu tahapan-tahapan yang dilalui oleh peneliti mulai dari pengumpulan data sampai dengan penarikan kesimpulan, yang membentuk sebuah alur yang sistematis. Tahapan penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3.1 Flowchart Penelitian

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.1 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan adalah tahap awal penelitian yang dilakukan untuk mempelajari masalah dasar penelitian. Mahasiswa dapat melakukan observasi dan wawancara untuk mendapatkan informasi tentang topik penelitian setelah mereka mengetahui minat mereka dalam pendidikan tinggi. Observasi dan wawancara dengan mahasiswa prodi teknik industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau mengenai keinginan mahasiswa untuk kuliah di perguruan tinggi dengan jurusan teknik industri. Pengamatan dilakukan untuk mengumpulkan data dan mempelajari kondisi di lapangan secara langsung. Data ini akan diperlukan untuk studi tugas akhir.

### 3.2 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti, agar tujuan penulisan dapat tercapai. Dalam penelitian ini, literatur yang dibutuhkan mencakup semua referensi yang berkaitan dengan metode Cochran Q Test. Sumber-sumber pendukung dalam penelitian ini diperoleh dari buku dan jurnal yang memuat teori-teori yang relevan dengan masalah yang sedang dibahas.

### 3.3 Identifikasi Masalah

Setelah melakukan wawancara langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi masalah. Diketahui mahasiswa mahasiswi yang masuk ke perguruan tinggi UIN SUSKA RIAU Jurusan teknik industri tiap tahunnya berkurang maka dari itu peneliti harus mengenalkan *brand image* kepada mahasiswa baru yang ingin masuk ke perguruan tinggi

### 3.4 Rumusan Masalah

Perumusan masalah adalah hasil dari proses identifikasi masalah yang dituangkan dalam bentuk pertanyaan, yang nantinya akan dijawab melalui pengolahan data dan diakhiri dengan kesimpulan. Rumusan masalah yang telah disusun berfokus pada citra merek (*brand image*) yang dimiliki oleh jurusan Teknik

Industri, sehingga peneliti dapat mengetahui sejauh mana brand image jurusan Teknik Industri dikenal oleh pihak terkait."

### 3.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam suatu penelitian diperlukan agar pembahasan dari masalah tersebut tidak melenceng dari tujuan semula. Adapun batasan masalah pada penelitian Tugas Akhir ini yakni siswa siswi SMA/ sederajat Pekanbaru.

### 3.6 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan sasaran yang ingin dicapai untuk menjawab permasalahan yang ada dalam penelitian tersebut. Tujuan ini harus dirumuskan dengan jelas dan terukur agar hasil penelitian dapat tercapai secara optimal. Dalam penelitian ini, tujuan utamanya adalah untuk mengetahui sejauh mana citra merek (brand image) yang dimiliki oleh Program Studi Teknik Industri di kalangan mahasiswa baru, serta faktor-faktor yang membentuk citra merek tersebut pada Program Studi Teknik Industri UIN SUSKA RIAU.

### 3.7 Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, data digunakan sebagai acuan untuk menyelesaikan masalah utama yang diteliti. Pada penelitian ini, data yang diperlukan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung melalui pengamatan dan penelitian di lapangan, sementara data sekunder diperoleh dari sumber yang sudah ada sebelumnya, seperti dokumen atau penelitian sebelumnya. Berikut adalah data primer yang digunakan dalam penelitian ini:

#### 1. Desain Sampling

Desain sampling adalah metode yang digunakan untuk memilih sampel dari populasi yang ada. Populasi dalam penelitian kali ini adalah siswa siswi sma/ sederajat pekanbaru jumlah populasi dalam penelitian kali ini tidak diketahui secara pasti. sedangkan sampel dalam penelitian kali ini menggunakan *stratified random sampling*. *Stratified random sampling* yaitu penentuan sampel dengan cara melakukan membagi populasi menjadi beberapa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

subkelompok yang saling eksklusif dan homogen berdasarkan karakteristik tertentu (misalnya usia, jenis kelamin, pendapatan). Jumlah siswa siswi SMA/ sederajat di Pekanbaru tidak diketahui secara pasti, sehingga untuk menghitung sampel minimum teknik sampling yang digunakan adalah rumus Lemeshow. Perumusan Lemeshow digunakan untuk jumlah populasi tidak diketahui. berikut adalah rumus Lemeshow (Setiawan, dkk., 2022).

$$n = Z^2 P (1 - P) / d^2 \quad \dots(3.1)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Nilai standar = 1.96

p = Maksimal eliminasi = 50% = 0.5

d = Alfa (0,10) atau sampling error = 10%

$$n = Z^2 P (1 - P) / d^2$$

$$n = 1.96^2 \cdot 0.5 (1 - 0.5) / 0.10^2$$

$$n = 96,04 \approx 100$$

Diperoleh Jumlah sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 96 responden dan akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden. Jadi, total sampel yang digunakan untuk penelitian kali ini adalah sebanyak 100 responden.

### 2 Kuesioner Terbuka

Kuesioner terbuka memungkinkan responden untuk mengungkapkan pendapat, perasaan, atau pengalaman mereka secara lebih mendalam dan terbuka sesuai dengan apa yang mereka rasakan atau pikirkan karena jawabannya tidak disediakan sebelumnya.

### 3 Kuesioner Tertutup

Kuesioner tertutup adalah jenis kuesioner yang pertanyaannya berupa pertanyaan tertutup dan biasanya berisi pendapat. Karena memerlukan pikiran responden, pertanyaan ini lebih sulit untuk dijawab oleh responden.

Data sekunder didapat dari data yang telah dikumpulkan dari data yang sudah ada sebelumnya. Adapun data sekunder dalam penelitian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Profil Instansi

Prodi Teknik Industri fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Prodi ini beralamat di Jl. HR Subrantas No. 155, Km 15 Panam, Pekanbaru. Prodi ini berdiri sejak 9 April 2001.

2. Data Instansi

Data instansi yang digunakan adalah data yang lulus di teknik industri tahun 2020 sampai 2023

**3.8 Pengolahan Data**

Data yang sudah diperoleh kemudian diolah untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi. Adapun tahapan dalam pengolahan data adalah sebagai berikut:

1. Melakukan uji validitas dan uji realibitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur suatu data yang telah diperoleh dalam memastikan data yang telah diambil tidak menyimpang dari variabel yang bersangkutan. Uji Realibitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya. Uji Realibitas juga berguna untuk menunjukkan konsisten alat pengukur terdapat kesamaan data. Uji Validitas dan Realibitas ini dilakukan menggunakan software SPSS dan secara manual untuk memudahkan peneliti dalam perhitungan. Jika data tidak valid dan tidak reabil maka perlu melakukan penyebaran kuesioner ulang untuk pertanyaan kuesioner tertutup. uji validitas dikatakan valid jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ . Sedangkan uji realibitas dikatakan reabil bila nilai *cronbach's alfa* ( $\alpha$ )  $\geq 0,6$

2. Melakukan uji analisi *Cochran Q Test*

Tujuan melakukan uji analisi *Cochran Q Test* adalah untuk menguji perbedaan proporsi pada sampel berpasangan yang melibatkan sejumlah opsi. *Cochran Q Test* ini digunakan menggunakan aplikasi SPSS. kemudian melakukan perhitungan dengan menggunakan rumus *Cochran Q Test* sebagai berikut ini:

$$Q = \frac{(K-1)\{K\sum c_j^2 - (\sum c_j)^2\}}{k \sum Ri - \sum Ri^2} \dots(3.2)$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan :

K = Jumlah Variabel

n = Jumlah Sampel

C<sub>j</sub> = Total Responden pada j Variabel (Kolom)

R<sub>i</sub> = Total Responden pada I Pengamatan (Baris)

3. Melakukan uji Hipotesis

H<sub>0</sub> : tidak ada hubungan yang cukup signifikan antara masing-masing pengamatan.

H<sub>a</sub> : ada hubungan yang cukup signifikan antara masing-masing pengamatan.

H<sub>0</sub> diterima jika nilai Q terhitung < dari Q tabel

H<sub>0</sub> ditolak jika nilai Q hitung ≥ dari Q tabel.

pada hasil perhitungan memperoleh hasil diterima H<sub>0</sub> dan barulah dapat disimpulkan apa saja faktor bentuk *brand image* pada jurusan teknik industri.

### 3.9 Analisa

Setelah pengumpulan dan pengolahan data selesai, analisis data dilakukan.

Hasil analisis membantu menentukan karakteristik mana yang paling penting saat memilih jurusan teknik industri.

### 3.10 Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini, penarikan kesimpulan dibuat berdasarkan temuan yang telah dicapai berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Sementara itu, saran adalah usulan atau pendapat yang berkaitan dengan cara menyelesaikan masalah yang menjadi subjek penelitian sehingga penelitian selanjutnya dapat dilakukan.

## BAB VI KESIMPILAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil analisis data penelitian tentang faktor-faktor pembentuk brand image pada Prodi Teknik Industri UIN SUSKA RIAU dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis *cochran q test* dapat disimpulkan bahwa dari kesebelas faktor pembentuk *brand image* hanya ada sembilan faktor pembentuk *brand image* antara lain sebagai berikut:
  - a. Prodi Teknik Industri memiliki reputasi yang baik dalam hal jasa pendidikan
  - b. Prodi Teknik Industri merupakan perguruan tinggi yang terkenal dimasyarakat
  - c. Prodi Teknik Industri selalu memperhatikan dan memperbaharui akreditasi
  - d. Prodi Teknik Industri memiliki tenaga pengajar yang professional dan tersertifikasi
  - e. Prodi Teknik Industri memberikan kenyamanan bagi mahasiswa saat perkuliahan
  - f. Prodi Teknik Industri memberikan kenyamanan bagi mahasiswa saat perkuliahan
  - g. Prodi Teknik Industri memiliki jasa pendidikan sesuai dengan yang diharapkan
  - h. Prodi Teknik Industri merupakan perguruan tinggi yang memiliki fasilitas sarana dan prasarana yang memadai
  - i. Prodi Teknik Industri merupakan perguruan tinggi dengan pelayanan berkualitas
2. Rancangan strategi untuk meningkatkan brand image Prodi Teknik Industri UIN SUSKA RIAU menggunakan *Marketing Mix* adalah
  - a. Produk (*product*) memberikan program pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga alumni dari lembaga ini dapat bermanfaat secara langsung bagi masyarakat.

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- b. Harga (*price*) biaya pendidikan yang dikeluarkan oleh mahasiswa untuk berkeluak menjadi pertimbangan penting.
  - c. Tempat (*place*) lokasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa baru dalam memilih universitas.
  - d. Promosi (*promotion*) melakukan promosi dalam bentuk periklanan, hubungan dengan masyarakat mulut kemulut dan pemasaran secara langsung.
  - e. Orang (*peopel*) tenaga pendidik yang mengajar di jurusan teknik industri uin suska riau sudah terbukti memiliki kompetensi yang baik dibidangnya.
  - f. Bukti fisik (*physical evidence*) sarana dan prasarana sangat memadai di jurusan Teknik Industri UIN Suska Riau
  - g. Proses (*process*) peningkatan pelayanan dalam kegiatan belajar mengajar dan pelayanan umum.

## 6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat diberikan saran – saran yaitu :

1. Saran yang dapat diberikan kepada instansi Prodi Teknik Industri UIN SUSKA RIAU adalah agar penelitian ini dijadikan masukan untuk memahami faktor-faktor yang membentuk brand image Prodi Teknik Industri. Hal ini dapat membantu dalam mengetahui pertimbangan-pertimbangan yang menjadi dasar siswa dalam memilih prodi atau jurusan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penggunaan metode *Cochran Q Test* dapat dilengkapi dengan metode lain yang relevan, dengan tujuan untuk mencapai hasil yang lebih sempurna.



## DAFTAR PUSTAKA

- Annisa, S. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Online terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Triset di Tasikmalaya). *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *1*(9), 3000-3002.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik pengambilan sampel umum dalam metodologi penelitian: Literature review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, *1*(2), 85-114.
- Handayani, M., Jayadilaga, Y., Fitri, A. U., Rachman, D. A., Istiqamah, N. F., TA, T. D., & Kas, S. R. (2023). Sosialisasi dan Pengenalan Aplikasi Pengolahan Data SPSS pada Mahasiswa Administrasi Kesehatan Fakultas Ilmu Keolahragaan dan Kesehatan. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, *1*(2), 24-32.
- Herawan, M. R., & Arijanto, S. (2022). Usulan Peningkatan Brand Association di Program Studi S1 Teknik Elektro Institut Teknologi Nasional Bandung. *e-Proceeding FTI*.
- Hidayat, C. N., & Setiawati, C. I. (2021). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bhinneka. com. *eProceedings of Management*, *8*(4).
- Ibrahim, M. M. (2022). Menguji Validitas dan Reliabilitas pada Mata. *Jurnal Ekologi Kesehatan Kebidanan*, *04*(01), 11–24.
- Jannah, M. (2020). Studi Deskripsi: Perekonomian Orangtua Anak Berkebutuhan Khusus Terhadap Pendidikan Anak Berkebutuhan Khusus. *Special and Inclusive Education Journal (SPECIAL)*, *1*(1), 49-58.
- Juliana, J., & Johan, J. (2020). Pengaruh brand image terhadap keputusan memilih universitas dengan brand trust sebagai variabel intervening. *J. Bus. Bank*, *9*(2), 229-246.
- Kirana, L. C., Trijayanti, R. T., & Sari, Y. I. (2020). Pengaruh Zaskia Adya Mecca Sebagai Brand Ambassador Dalam Instagram Meccanismofficialshop Terhadap Brand Image Meccanism. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, *8*(2), 308-320.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### Hak Cipta Diilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Larasati, O. D. (2020). Pengaruh Kebijakan Zonasi dan Brand Image Terhadap Minat Siswa Mendaftar di SMP Negeri Zona 14 Kota Surabaya. *Jurnal. Volume Nomor Tahun*, 0-216.
- Lay, S., Purba, S., & Rangkuti, I. (2023). Strategi Promosi Sekolah dalam Merekrut Calon Peserta Didik Baru di SMPS Bunga Mawar Gunungsitoli–Nias: Strategi Promosi Sekolah dalam Merekrut Calon Peserta Didik Baru di SMPS Bunga Mawar Gunungsitoli–Nias. *Serunai: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 9(1), 97-104.
- Mabrur, i. (2021). *Analisis faktor-faktor yang mendorong orang membeli pakaian bekas di pekanbaru menggunakan metode cochrans q test (studi kasus: toko pakaian bekas second sans)* (doctoral dissertation, universitas islam negeri sultan syarif kasim riau).
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh brand image dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian pada konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(3), 227-238.
- Mamahit, B. V., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Cv. Caritas Dei Nobiscum Untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 892-901.
- Maulana, A. (2022). Analisis Validitas, Reliabilitas, dan Kelayakan Instrumen Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa. *Jurnal Kualita Pendidikan*, 3(3), 133-139.
- Maya, M. A. (2022). Aplikasi Promosi Kampus Perguruan Tinggi STIKOM Artha Buana Kupang. *Jurnal SITECH: Sistem Informasi dan Teknologi*, 5(1), 47-56.
- Nasution A.I., Safri. H., Bariah. C., & Ritohang. Z. (2023). *Manajemen Pemasaran Syariah Dan Konvensional*. Padang : PT Inovasi Pratama Internasional.
- Oktoriandi, D. (2021). Penerapan uji Q Cochran terhadap Atribut Produk Laptop Menggunakan Multiple Response Analysis (MRA). *Jurnal Riset Statistika*, 127-134.



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Prambudi, J., & Imantoro, J. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Ukm Maleo Lampung Timur. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 1(3), 687-704.
- Prawiyogi, A.G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, a., & Elisa, P.N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5.
- Putri, E. D., Sudirma, A., Suganda. A. D., (2021) BRAND MARKETING. Penerbit Widina. Bandung
- Ratnaningsih, T., & Rahman, A. S. (2021). Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Biro Pembinaan Operasi Mabes Polri Jakarta. *Jurnal Arastirma*, 1(1), 151-164.
- Rosediana, S., & Arifin, J. (2022). Pengaruh Total Quality Management Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Mediasi Perilaku Produktif Karyawan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(8), 68-78.
- Sampe, Y. D., & Tahalele, M. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya AY Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 48-59.
- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432-439.
- Sari, N., Saputra, M., & Yuniwati, Y. (2021). Analisa Sikap dan Perilaku Mahasiswa terhadap Pembelajaran Daring di Masa Pandemic Covid-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(6), 1737-1746.
- Sariowan, I. K. (2023). Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Pada Konsumen Perempuan Di Manado. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, dan Hukum)*, 6(2), 1489-1498.
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Siregar, D. L., Yusran, R. R., & Agustini, T. (2019, November). Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Studi Kasus pada Bank Syariah di Kota. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK)* (Vol. 2, pp. 67-72).

Ulum, U. A., & Anriani, N. (2023). Analisis Butir Soal Pilihan Ganda Mata Pelajaran Bahasa Indonesia Pada Perencanaan Dan Hasil Evaluasi Di Kelas Xi Otkp Smk Negeri 1 Pandeglang. *Jurnal Darma Agung*, 31(1), 984-994.

Veta Lidya Delimah Pasaribu et al., Pemasaran Kontemporer (Penerbit Widina, 2021

Zulfiah, E., Putri, N. N. N., & Fadhilah, M. (2023). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Masuk Sekolah Dasar Islam Terpadu. *Ideguoru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 8(3), 414-422.

## Biografi Penulis

© Hak



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

sk. Riau

Tahun 2008

Nama RENI SULIS TIYANDARI lahir di Kota Tembilahan pada tanggal 04 september 2001 anak dari Ayahnda Muhamma Fadil dan Ibunda Eva Irian. Penulis merupakan anak pertama dari 2 bersaudara. Adapun perjalanan penulis dalam jenjang menuntut Ilmu Pengetahuan, penulis telah mengikuti pendidikan formal sebagai berikut:

Memasuki Sekolah Dasar swsta Mutiara hati pulau burung , dan menyelesaikan pendidikan SD pada tahun 2014.

Tahun 2014

Memasuki Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 pulau burung dan menyelesaikan pendidikan SMP pada Tahun 2017.

Tahun 2017

Memasuki Sekolah Menengah Atas Negeri 1 tembilahan, dan menyelesaikan pendidikan SMA pada Tahun 2020.

Tahun 2020

Terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, Jurusan Teknik Industri.

Nomor *Handphone* 0812-6774-4413

*E-Mail*

[renisulistiyandari04@gmail.com](mailto:renisulistiyandari04@gmail.com)

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.