BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1.1. Sejarah Perusahaan

Clothing Arena Experience berdiri di Bandung pada tanggal 1 Oktober 2002 yang didirikan oleh seseorang yang bernama Dany Rachmad Subagyo, S.T dan sekaligus menjadi pemilik Clothing Arena Experience tersebut. Clothing Arena Experience berlokasi di jalan Ir. H. Djuanda No. 207 Bandung. Phone: 022-2506444 & Fax: 022-2500864 dimana tempat ini sekaligus menjadi kantor Clothing Arena Experience.

Pertama kali Clothing Arena Experience didirikan hanya menjual barang-barang titipan dan beberapa merk orang lain, tapi sekarang Clothing Arena Experience telah membuat produk sendiri untuk memenuhi kebutuhan konsumennya, dan juga telah melebarkan sayapnya ke berbagai kota besar di Indonesia seperti : Jakarta, Padang, Lampung, Makassar, Pekan baru, Bali, Yogyakarta, Sukabumi, Semarang, dan Bandung tentunya. Dengan cara menitipkan barang-barang hasil produksi Arena Experience ke distro-distro yang ada di kota-kota tersebut.

Clothing Arena Experience mempunyai konsep yang dikenal dengan "*Youth Culture VS Mainstream Indie*" yang berasal dari kata *Independent* yang maksud awalnya adalah anti tren, tetapi ke antitrenan itu yang membuatnya malah banyak dicintai orang, akibatnya malah nge-tren.

Clothing Arena Experience mempunyai target market yaitu pelajar (usia 15-18 tahun) sebesar 75%, mahasiswa (usia 18-23 tahun) sebesar 15%, dan other sebesar 10%. Komposisi barang-barang yang dijual oleh Clothing Arena Experience adalah produk seperti : Kaos, Kemeja, Celana, Sabuk, Jaket, Tas, Boxer, Sandal, Dompet.

Adapun *Second Brand* dari Arena yang menjual khusus untuk perempuan seperti : Blazer, Kemeja, Kaos, Jaket, Celana, Dompet, Sandal, dan juga Tas.

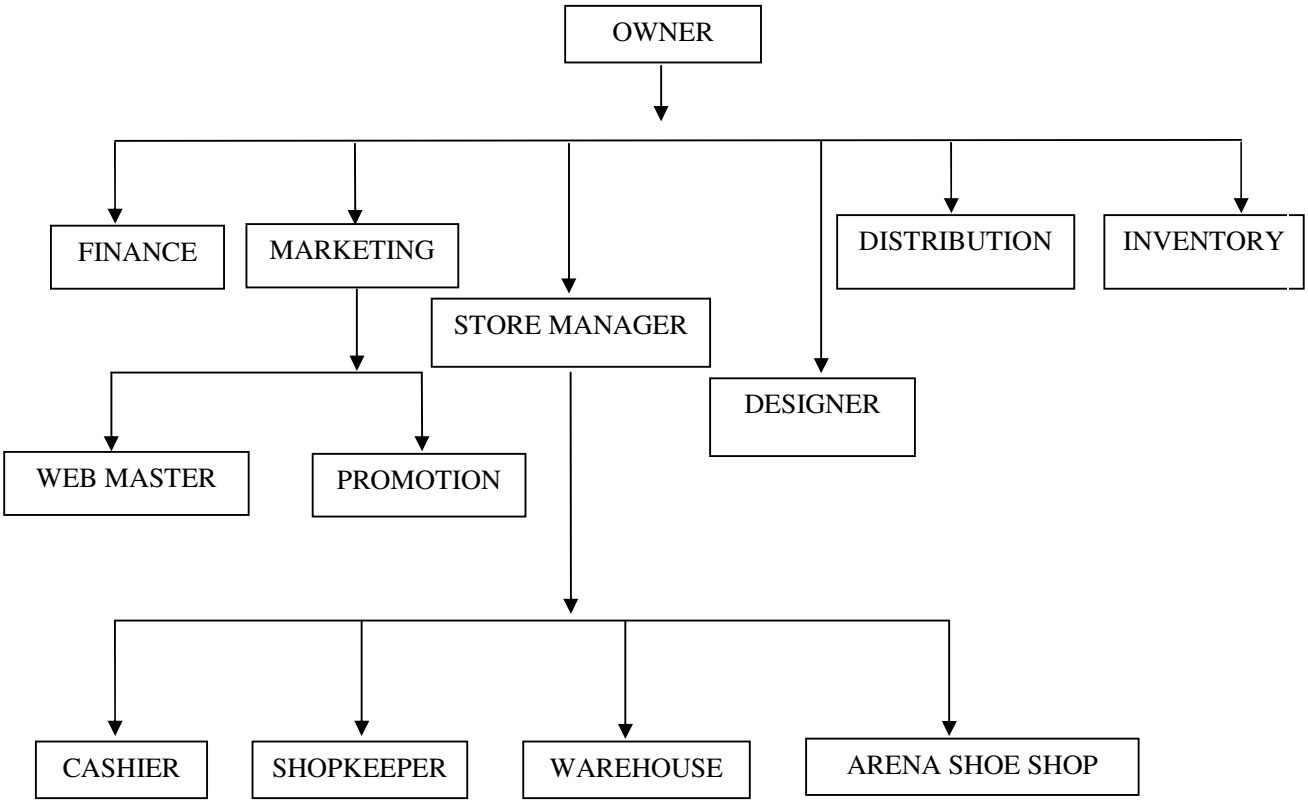
4.1.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi merupakan kerangka kerja yang mengambarkan hubungan kerja, wewenang dan tanggung jawab setiap tingkat yang ada dalam organissasi tersebut, untuk melaksanakan kegiatan kearah tercapainya tujuan dari organisasi yang telah ditetapkan, sehingga tercapainya kerjasama dan koordinasi usaha diantara setiap unit organisasi dalam mengambil tindakan dan mencapai tujuan.

Mempunyai struktur organisasi yang baik dan merupakan suatu yang penting bagi perusahaan, karena dengan struktur orgnisasi yang baik dan tepat dapat membantu kelancaran jalannya usaha yang baik dan teratur. Dengan organisasi yang baik dan tepat setiap karyawan akan ditempatkan pada posisi yang sesuai dengan keahlian dari masing–masing staf dan karyawannya. Begitu juga yang dilakukan secara selektif yaitu melihat kemampuan, bakat, dan minat dari karyawannya.

Agar tercapai efisiensi dan efektivitas bagi setiap karyawan dalam bekerja, perusahaan perlu menyusun dan menetapkan bagian organisasi yang disertai uraian tugas dan tanggung jawab di lingkungan perusahaan. Hal ini dilaksanakan untuk menghindari bias atau kerancuan dan pelaksanaan tugas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing karyawan.

Adapun Struktur organisasi *Clothing Arena Experience* Bandung dapat digambarkan pada gambar 4.1 yaitu sebagai berikut:



Sumber: Clothing Arena Experience

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Clothing Arena Experience Bandung

4.1.1.3. Job Description

Deskripsi tugas pada Clothing Arena Experience adalah sebagai berikut:

1. OWNER

- Memantau segala bentuk kegiatan.
- Menerima laporan atas segala bentuk kegiatan sebagai dasar dari pertanggungjawaban setiap divisi.
- Melakukan evaluasi kerja pada setiap divisi yang ada.

2. FINANCE

- Memastikan ketersediaan dana oprasional yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk kegiatan oprasional sehari-hari.
- Mengatur segala jenis pemasukan dan pengeluaran yang dilakukan perusahaan (Alur kas).
- Memberlakukan langkah-langkah yang dapat mengurangi dan menanggulangi berbagai jenis resiko *financial* yang dapat dihadapi oleh perusahaan.
- Memastikan agar seluruh unit dan wilayah kerja perusahaan mematuhi *policy* dan *Standard Operating Procedure* (SOP) keuangan yang berlaku untuk masing-masing fungsi sesuai dengan rencana yang telah disetujui (*Business Units Oversight*).
- Memastikan konsolidasi keuangan yang akurat dan tepat waktu untuk keperluan pelaporan kepada direksi dan komisaris perusahaan.

3. DESIGNER

- Melakukan riset pasar akan apa yang sedang berkembang dalam bidang Ritel (Clothing) saat ini.
- Membuat perencanaan design.
- Memberikan kontribusi dalam ketersediaannya ide untuk dituangkan dalam bentuk produk.

4. DISTRIBUTION

- Melakukan kegiatan pengiriman barang siap jual kepada ritel.
- Mengumpulkan *report* (*stock on hand*) dan barang yang terjual.
- Menganalisa dan memeriksa semua *report* penjualan.
- Memberi pemasukan pengembangan *design*.
- Menjaga hubungan baik kepada setiap *stock*.

5. INVENTORY

- Menganalisa total kebutuhan barang dan mengatur penyediaan, pengadaan dan pengiriman barang sedimikian rupa agar alokasi barang disetiap tempat dapat memenuhi kebutuhan dengan efisien, efektif dan tepat waktu.
- Menerima dan memproses permintaan barang dari setiap tempat, dan mengontrol pengiriman barang dari pemasok (*supplier*) agar barang dapat diterima oleh gudang, sesuai dengan waktu, kuantitas, kualitas dan biaya yang telah ditetapkan.

6. MARKETING

- Menentukan harga jual produk yang akan dipasarkan, jadwal kunjungan serta sistem promosi untuk memastikan tercapainya target penjualan.

- Memonitor perolehan order serta merangkumnya dalam peramalan untuk memastikan kapasitas produksi terisi secara optimal.
- Menganalisa dan mengembangkan strategi *marketing* untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan area sesuai dengan target yang ditentukan.
- Melakukan evaluasi kepuasan pelanggan dari hasil survey penjualan untuk tercapainya target kepuasan pelanggan.

7. WEB MASTER

- Mengatasi dan bertanggungjawab terhadap semua *online store* (*web* dan forum).
- Melakukan *update* barang dan berita pada situs dan forum.
- Memantau *stock* ketersediaan barang di gudang.
- Menjawab semua pertanyaan *online*.

8. PROMOTION

- Merencanakan dan menentukan kebijakan promosi yang dibutuhkan perusahaan.
- Menentukan bentuk media dan bentuk promosi yang sesuai.
- Menentukan materi promosi yang dibutuhkan.
- Mengumpulkan informasi yang dibutuhkan untuk kebutuhan promosi.
- Memonitor dan menganalisa untuk menentukan efektifitas promosi.

9. STORE MANAGER

- Mengatur segala sesuatu kebutuhan yang berhubungan dengan Toko.
- Memantau segala kegiatan operasi di Toko.
- Menentukan kegiatan bulanan Toko.

10. CASHIER

- Menerima pembayaran dari konsumen.
- Membuat data penjualan per hari di Toko.
- Mengatur alur uang masuk per hari.
- Melakukan verifikasi dan *cross check* dana yang disetor dan diterima dengan dokumen pendukung, untuk memastikan keakuratan dan kebenaran data.

11. ARENA SHOE SHOP

- Menjaga keutuhan atau kelengkapan sepatu.
- Mengecek *display* sepatu.
- Berinteraksi langsung dengan konsumen.
- Melayani konsumen / pembeli.

12. SHOPKEEPER

- Menjaga keutuhan barang titip jual / konsinyasi.
- Mengecek *display* barang.
- Berinteraksi langsung dengan konsumen.
- Melayani konsumen / pembeli.

13. WAREHOUSE

- Mengatur alur barang masuk dan keluar.
- Menjaga *stock* barang yang ada di gudang.
- Berkoodinasi dengan pihak konsinyasi tentang ketersediaan barang di gudang.
- Membuat surat masuk dan keluar barang.

4.1.1.4. Aspek Perusahaan

Kegiatan usaha yang dilakukan oleh Clothing Arena Experience, yaitu menjual barang-barang titipan dan disamping itu Arena Experiencepun membuat produk sendiri untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Clothing Arena Experience juga selalu menjaga kualitas dan pelayanannya agar konsumen merasa puas.

4.2. Pembahasan Penelitian

4.2.1. Pelaksanaan Store Atmosphere pada Clothing Arena Eperience Bandung.

Berikut ini penuturan M.Helmi Imaduddin selaku *Store Manager* di Clothing Arena Experince Bandung mengenai pelaksanaan *Store Atmosphere* pada toko nya yang meliputi: Elemen Exterior, general interior, dan store layout,dan Interior pop display.

1.***Exterior***

a.Lambang dan nama Perusahaan

Didepan halaman Clothing Arena terdapat sebuah papan nama yang menandakan keberadaan Clothing Arena yang cukup terlihat jelas. Papan nama tersebut berbentuk persegi panjang yang bertuliskan nama toko “Clothing Arena”dan berdivariasikan dengan hijau sebagai warna backgroundnya .



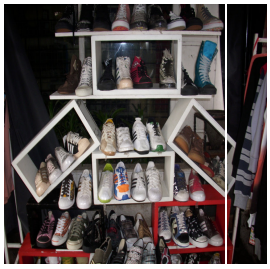
Gambar 4.2

Lambang dan nama perusahaan

Sumber:data pribadi

b.Etalase

Etalase yang digunakan Arena terlihat dekoratif dengan menempatkan barang-barang dagangannya sebaik dan serapih mungkin .



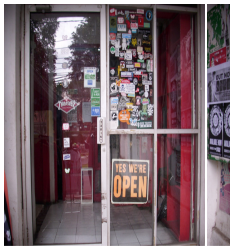
Gambar 4.3

Etalase

Sumber :data pribadi

c. Pintu masuk

Di dalam pelaksanaan Clothing Arema menggunakan satu pintu dimana pintu ini digunakan untuk keluar masuk konsumen tetapi hal tidak mengurangi rasa kenyamanan dalam berbelanja.



Gambar 4.4

Pintu masuk

Sumber:data pribadi

d.Bagunan gedung

Bagunan gedung yang digunakan oleh Clothung Arena di desain secara sederhana namun terlihat menarik dengan pemilihan warna yang didominasi oleh warna Cream dan dipadukan dengan warna hijau .



Gambar 4.5

Bagunan gedung

Sumber: data pribadi

e.Sarana Parkir

Sarana parkir untuk motor di Clothing Arena cukup memadai bila di bandingkan dengan ukuran toko.Sedangkan untuk mobil di parkir di pinggir jalan karena halaman toko tidak memadai.



Gambar 4.6

Sarana parkir

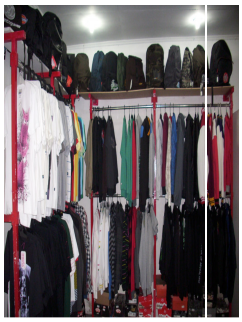
sumber: data pribadi

2.General Interior

a. Tata Cahaya

Tata cahaya yang digunakan Clothing Arena menggunakan lampu neon kecil-kecil yang dipasang di atas, dan penggunaannya disesuaikan dengan cuaca/cahaya pada hari tersebut, apabila cuaca terang lampu dinyalakan hanya beberapa saja tetapi kalau cuaca

gelap lampu dipasang semua supaya seimbang dengan bangunan toko.



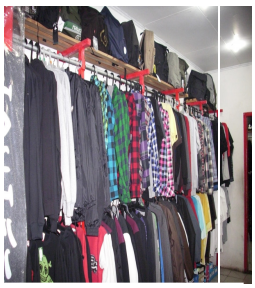
Gambar. 4.7

Tata cahaya

Sumber:data pribadi

b.Warna dinding

Warna diding di Clothing Arena menggunkan warma putih dan dipadukan degan warna merah yang menyala sehingga ruangan didalam toko terlihat bersih dan indah dimana didalam hal ini memberikan kenyamanan didalam berbelanja.



Gambar 4.8

Warna dinding

Sumber: data pribadi

c.Alunan musik

Suara musik yang mengalun bertemakan lagu-lagu yang telah di atur oleh pihak karyawan yang sudah ditunjuk untuk mengaturnya, biasanya lagu-lagu yang di putar adalah lagu-lagu yang sudah familier dengan para konsumen seperti lagu rock dan hardcore yang bertujuan untuk membuat nyaman para konsumen berada di toko Clothing Arena.

d.Aroma yang digunakan

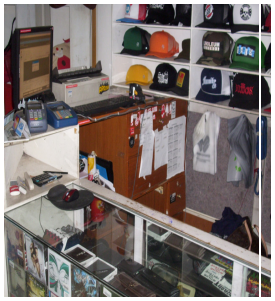
Aroma terapi adalah yang digunakan di dalam ruangan toko Clothing Arena dengan aroma terapi ini pengunjung merasa betah dan nyaman karena keharuman nya tidak terlalu menyengat seperti aroma lemon dan melati

e.Tempratur Udara

Tempratur udara cukup sejuk karena di dukung fasilitas 2 AC yang dipasang selama toko buka.

f. Pengunaan peralatan

Didalam pelaksanaan peralatan yang digunakan modern dengan teknologi yang baik.



Gambar 4.8

Pengunaan peralatan

Sumber:data pribadi

g.Kebersihan toko

Clothing Arena Experince Bandung sangat memperhatikan kebersihan dan terbukti toko ini selalu terlihat bersih, para clinning service membersihkannya pada saat toko mau dibuka dan pada saat toko mau ditutup, dan apabila pada saat tertentu terlihat sampah mereka lansung segera membersihkannya.



Gambar 4.9

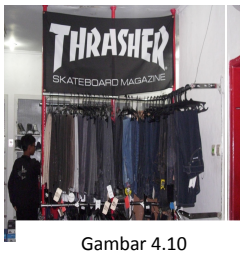
Kebersihan toko

Sumber:data pribadi

3.Store Layuot

a.Pengaturan lokasi.

Clothing Arena Experince Bandung menjual lebih dari tiga merek yang dalam pengaturan lokasinya di atur berdasarkan masing-masing merek .



Gambar 4.10

Pengunaan peralatan

Sumber:data pribadi

b.Pengelompokan Barang

Pengelompokan barang dalam toko terlihat menarik dan sangat memudahkan para pengunjung untuk mencari barang yang mereka inginkan.



Gambar 4.11

Pengelompokan barang

Sumber:data pribadi

c.Penataan Barang

Penataan barang di sesuaikan dengan kategorinya dan di tata dengan rapih supaya pengunjung yang datang senang karna penataan barangnya di tata sedemikian menarik.



Gambar 4.12

Pentaan barang

Sumber:data pribadi

d.Arus lalu lintas

Didalam Pelaksanaan pengaturan arus lalu lintas atau pengaturan gang diatur sedemikian rupa dimana didalam toko tersebut berbentuk segi empat disetiap sisi selaulu di pajang gantungan baju yang berbentuk horizontal. Dan dtegah selalu diletakan barang seperti tas dan sepatu yang tidak terlalu makan tempat.



Gambar 4.13

Arus lalu lintas

Sumber:data pribadi

4.*Interior POP display*

a.Pemasangan poster

Pemasangan poster yang digunakan oleh Clothing Arena yaitu gambar band-band lokal , karena Clothing Arena juga mensponsori band-band lokal asal Bandung.



Gambar 4.14

Pemasangan poster

Sumber:data pribadi

b.Tanda petunjuk

Pemasangan tanda arah petunjuk di Arena sudah terlihat jelas dan membatu pengunjung didalam berbelanja.

4.2.2.Analisis Penilaian Konsumen Mengenai Atmosfer Toko Pada Clothing Arena Experince Bandung

4.2.2.1.Profil Responden

Berdasarkan dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penulis , maka dapat diperoleh data yang diperlukan untuk diolah lebih lanjut, unit utama dalam

penelitian ini adalah para konsumen yang berkunjung ke Clothing Arena Experience yang berlokasi di jalan Ir. H. Djuanda No. 207 Bandung. Yang penulis teliti yaitu jenis kelamin , usia ,pekerjaan , pengeluaran perbulan ,dan kunjugan ke toko.

1. Jenis Kelamin

Mengenai jenis kelamin para pengunjung toko Clothing Arena Experience dapat dilihat dalam table berikut ini :

Table 4.1

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	**65**	**68,42%**
Perempuan	30	31,58%
Jumlah	95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini, berjenis kelamin laki-laki sebesar **68,42%** dan berjenis kelamin perempuan sebesar 31,58%.Dengan demikian mayoritras yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu berjenis kelamin laki-laki .Hal ini menunjukan di toko Clothing Arena Experience Bandung mayoritas menjual pakaian dan assesoris laki-laki.

2. Karakteristik Usia Responden

Dari data yang di peroleh yang menjadi responden dalam penelitian ini berusia yang termuda adalah <15 tahun dan usia responden yang tertua adalah >35 tahun dari 95 pengunjung yang menjadi responden . Untuk mengetahui persentase

usia responden yang berkunjung toko Clothing Arena Experience Bandung dapat diketahui dari tabel berikut ini :

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
< 15 tahun	6	6.31%
15-18tahun	24	25.26%
19-25tahun	**45**	**47.36%**
26-35 tahun	13	13.68%
>35 tahun	7	7.37%
Jumlah	95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat kita lihat bahwa responden yang berkunjung 19-25 tahun atau sekitar 47,36 % adalah yang terbanyak. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas yang berkunjung adalah mahasiswa karena lokasi dari Clothing Arena berada dikawasan kampus dan produk yang dijual bersegmentasi usai 18 tahun keatas.

3.Pekerjaan

Dari data yang penulis peroleh mengenai pekerjaan pengunjung toko Clothing Arena Experience Bandung dapat diketahi dari tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
Pelajar	18	18,94%
Mahasiswa	**32**	**33,68%**
Pegawai negri	17	17,89%
Pegawai swasta	27	27,10%
Lainnya	0	0%
Jumlah	95	100%

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat kita lihat bahwa jumlah pengunjung responden Mahasiswa dengan persentase sekitar 36,68 %,pelajar 18,94%,pegawai negri 17,89% dan pegawai swasta 27,10%. Hal ini karena lokasi dari Clothing Arena berada dikawasan kampus maka mayoritas pengunjung berprofesi mahasiswa.

4.Pengeluaran Perbulan

Untuk mengetahui pengeluaran perbulan para responden dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.4

Pengeluaran Perbulan Responden

Besar Pengeluaran	Frekuensi	Presentase (%)
< Rp 1.000.000	24	26.7%
>1.000.000-Rp 2.500.000	**45**	**46.7%**
Rp >2.500.000-Rp 5.000.000	24	24.4%
>5.000.000	2	2.2%
Jumlah	95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Dari tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini dengan pengeluaran perbulan antara Rp >1.000.000 – Rp 2.500.000.Hal ini karena segmen dari Arena adalah kalagan menengah keatas.

5.Frekuensi Kunjungan

Untuk mengetahui frekuensi kunjungan para responden dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 4.5

Frekuensi Kunjungan Responden

Banyak Kunjungan	Frekuensi	Presentase (%)
1 bulan sekali	**53**	**54.9%**
2-3 kali sebulan	28	31.1%
4-5 kali sebulan	14	14.0%
>5 kali sebulan	0	0%
Jumlah	95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Dari table 4.5 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas yang menjadi responden dalam penelitian ini melakukan kunjungan 1 kali kunjungan dalam satu bulan dengan persentase sekitar 54.9%.

4.2.2.2.Penilaian Responden Terhadap Store Atmosphere Clothing Arena Experince Bandung

Untuk mengetahui tentang Analisis Pelaksanaan Atmosfer Pada Clothing Arena Experince Bandung, maka dapat dilihat melalui tanggapan responden terhadap Atmosfer tersebut yang mencakup empat Indikator yaitu :

a) Eksterior, di dalam indikator akan di jelaskan mengenai lambang dan nama perusahaan,etalase,lahan parkir ,pintu masuk dan bangunan gedung.
b) General Interior, di dalam indikator ini akan di jelaskan mengenai pencahayaan, warna dinding,musik ,aroma ruangan,tempratur udara,system layanan pembayaran dan kebersihan.
c) Store Layout, di dalam indikator ini akan di jelaskan mengenai pengaturan lokasi,pengelompokan barang, penataan barang, dan arus lalulintas.

d) Interior POP display, didalam indikator ini akan menjelaskan tentang poster yang pasang dan tanda petunjuk.

Setiap item pertanyaan item positif dan negative, dapat dilihat dalam pembobotan atau pemberian skor jawaban. Lebih lengkapnya dapat dilihat pada tabel-tabel di bawah ini.

1. Eksterior

Berdasarkan kuisioner yang telah disebarkan, Di bawah ini akan di jelaskan tentang tanggapan responden mengenai indikator ekterior yang terdiri lambang dan nama perusahaan,etalase,lahan parkir ,pintu masuk dan bangunan gedung**.**

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Terhadap Lambang dan Nama Perusahaan berbeda Dengan Clothing Lain

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat Setuju	8	8%
2	**Setuju**	**45**	**50%**
3	Cukup setuju	34	34%
4	Tidak setuju	5	5%
5	Sangat Tidak setuju	3	3%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.6 tanggapan responden terhadap nama dan lambang perusahaan berbeda dengan Clothing lain menyatakan setuju 50% ,cukup setuju 34%, sangat setuju 8%, tidak setuju, 5%, dan sangat tidak setuju 3%.Dengan demikian mayoritas responden setuju nama dan lambang perusahaan berbeda dengan Clothing lain karena lambang yang dipakai hanya di Arena saja. Namun ada sebagian kecil responden tidak setuju bahkan menyatakan sangat tidak setuju

karena menggap nama dan lambang perusahaan terlihat sama saja dengan yang digunakan perusahaan.

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Terhadap Etalase yang digunakan dekoratif

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat setuju	8	9%
2	**Setuju**	**40**	**42%**
3	Cukup setuju	35	36%
4	Tidak setuju	8	9%
5	Sangat Tidak setuju	3	4%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.7 tanggapan responden terhadap etalase yang digunakan dekoratif yang menyatakan Setuju 42%,cukup setuju 36% ,sangat setuju 9%,tidak setuju 9% dan tidak setuju 4%.Dengan demikian mayoritas responden menyatakan setuju karena etalase yang digunakan terlihat unik.Namun ada sebagian kecil responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju karena penggunaan etalase pada Clothing Arena tidak rapi.

Tabel 4.8

Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Pintu masuk

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat setuju	16	17%
2	**Setuju**	**43**	**45%**
3	Cukup setuju	30	31%
4	Tidak setuju	6	7%
5	Sangat Tidak setuju	0	0%
Jumlah		90	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.8 tanggapan responden terhadap kesesuaian Pintu masuk yang digunakan yang menyatakan setuju 45 % , cukup setuju 31% ,setuju

17%, dan tidak setuju 7%.Dengan demikian mayoritas responden menyatakan setuju karena adanya kenyamanan responden pada saat masuk kedalam toko.Namun sebagian kecil responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju karena responden merasa dengan satu pintu mereka merasa kenyamanan tergangu untuk keluar masuk toko.

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Terhadap Bagunan gedung yang berbeda dengan Bangunan Clothing lainnya

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat Setuju	16	17%
2	**Setuju**	**43**	**45%**
3	Cukup setuju	30	31%
4	Tidak setuju	6	7%
5	Sangat Tidak setuju	0	0%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.9 tanggapan responden terhadap bangunan yang dugunakan Clothing Arena berbeda dengan bangunan Clothing lainnya yang menyatakan Setuju 45%,sangat setuju 17%,cukup setuju 31% dan tidak setuju 7%.Dengan demikian mayoritas responden menyatakan setuju terhadap bangunan gedung yang berbeda karena gedung yang digunakan dekoratif.Namun ada sebagian kecil responden menyatakan tidak setuju karena bangunan gedung yang digunakan terlalu minimalis dan biasa saja.

Tabel 4.10

Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas parkir yang memadai

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat setuju	0	%
2	**Setuju**	**40**	**42%**
3	Cukup setuju	35	36%
4	Tidak setuju	16	18%
5	Sangat Tidak setuju	3	4%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.10 tanggapan responden terhadap fasilitas parkir yang memadai yang menyatakan setuju 42%,cukup setuju 36%,tidak setuju sebanyak 18% dan sangat tidak setuju 4%.Dengan demikian mayoritas responden menyatakan setuju fasilitas parkir memadai karena untuk parkir motor halaman toko memadai.Namun sebagian kecil responden meyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju dikarenakan tidak adanya fasilitas parkir mobil.

Berikut ini tanggapan responden mengenai Eksterior Clothing Arena Experince Bandung

Tabel 4.11

Tanggapan Konsumen Mengenai Eksterior Clothing Arena Experince Bandung

No	Indikator	Skor
1	Nama dan lambang Perusahaan	335
2	Etalase	324
3	Pintu masuk	354
4	Gedung /Bagunan	354
5	Fasilitas parkir	300
Total		**1667**

Analisa deskripsi tentang Exterior pada Clothing Arena Experince Bandung dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.12

Skor Tanggapan Respondern Terhadap Eksterior

Skor	Skor dalam (%)
1667	**_1667_**× 100 % = 70,18% 5×5×95

Maka dihasilakan data peringkat store layout yang tepat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4.13
Pengkategorian Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Berdasarkan tabel 4.13 tentang tanggapan responden terhadap Eksterior menunjukan skor 70,18% dan berada diantara 68 % - < 84 % dengan kriteria baik. Hal ini menunjukkan tanggapan responden terhadap Eksterior Clothing Arena Experince Bandung dinilai baik karena nama dan lambang perusahaan terlihat berbeda dengan mayoritas menyatakan setuju, etalase yang terlihat dekoratif

dengan mayoritas menyatakan setuju,kesesuaian pintu masuk menyatakan sesuai,bangunan gedung terlihat berbeda dengan bagunan Clothing lainnya menyatakan setuju dan fasilitas parkir yang memadai setuju.

2.General Interior

Berdasarkan kuisioner yang telah disebarkan, Di bawah ini akan di jelaskan tentang tanggapan responden mengenai indikator General Interior yang terdiri dari tata cahaya, warna dinding, alunan musik,aroma dalam ruangan,temperatur udara, system pengaturan barang,system layanan pembayaran dan kebersihan toko

Tabel 4.14
Tangapan Responden Terhadap Kesesuaian Tata Cahaya didalam Toko

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat Sesuai	4	5%
2	Sesuai	37	39%
3	**Cukup sesuai**	**54**	**56%**
4	Tidak Sesuai	0	0%
5	Sangat Tidak Sesuai	0	0%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.14 tanggapan responden terhadap kesesuaian tata cahaya pada Clothing Arena Experince yang menyatakan cukup sesuai 56%, sesuai 39 %,dan sangat sesuai 5%.Dengan demikian mayoritas responden menyatakan cukup sesuai karena responden menganggap tata cahaya didalam toko sudah memberikan terang didalam toko.

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Warna Dinding toko

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat Sesuai	12	12%
2	**Sesuai**	**61**	**67%**
3	Cukup sesuai	16	17%
4	Tidak sesuai	4	4%
5	Sangat Tidak sesuai	0	0%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.15 tanggapan responden terhadap kesesuaian warna dinding pada Clothing Arena Experience yang menyatakan sesuai 67% ,sangat sesuai 12%,cukup sesuai 17% ,tidak sesuai 4%.Dengan demikian mayoritas responden menyatakan sesuai karena penggunaan warna dinding didalam ruangan tersebut memberikan kesan indah.Namun ada sebagian kecil responden mayatakan tidak sesuai karena responden merasa warna dinding tidak terlalu mencolok warnanya.

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Terhadap Alunan musik yang di Perdengarkan

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat Sesuai	3	4%
2	**Sesuai**	**52**	**54%**
3	Cukup Sesuai	37	38%
4	Tidak Sesuai	3	4%
5	Sangat Tidak Sesuai	0	0%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.16 tanggpan responden terhadap kesesuaian Alunan musik yang diperdengarkan yang menyatakan sesuai 54%,cukup sesuai 38%, sangat sesuai 4% dan tidak sesuai 4%.Dengan demikian mayoritas responden menyatakan sesuai karena musik yang diperdengarkan sesuai dengan tema pada

toko tersebut.Namun ada sebagian kecil responden meyatakan tidak sesuai karena musik yang diperdengarkan volume suaranya terlalu keras.

Tabel 4.17
Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Aroma Ruangan Pada Toko

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat Sesuai	5	6%
2	Sesuai	38	39%
3	**Cukup Sesuai**	**49**	**51%**
4	Tidak Sesuai	2	3%
5	Sangat Tidak Sesuai	1	1%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.17 tanggapan responden terhadap kesesuaian aroma ruangan pada Clothing Arena Experince yang menyatakan cukup sesuai39%, cukup sesuai 51 % sangat sesuai 6%,tidak sesuai 3% dan sangat tidak sesuai 1%. Dengan demikian mayoritas responden meyatakan cukup sesuai karena Clothing hanya menggunakan pengharum aroma terapi yang harumnya menyegarkan ruangan.Namun sebagian kecil responden menyatakan tidak sesuai bahkan menyatakan sangat tidak sesuai karena aroma yang di pakai kurang tercium.

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Terhadap Temperatur udara yang Memberikan Kesejukan

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat setuju	7	8%
2	**Setuju**	**50**	**52%**
3	Cukup setuju	38	40%
4	Tidak setuju	0	0%
5	Sangat Tidak setuju	0	0%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.18 tanggapan responden terhadap temperatur udara yang memberikan kesejukan yang menyatakan setuju 52% ,sangat setuju 8%,dan cukup setuju 40%.Dengan demikian mayoritas responden menyatakan setuju karena didalam ruangan dipasang 2 AC yang meberikan perasaan sejuk terhadap responden pada saat masuk kedalam toko dengan mayoritas menyatakan setuju.

Tabel 4.19
Tanggapan Responden Terhadap Sistem Pengaturan barang baik

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat setuju	30	32%
2	**Setuju**	**51**	**52%**
3	Cukup setuju	13	15%
4	Tidak setuju	1	1%
5	Sangat Tidak setuju	0	0%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.19 tanggapan responden terhadap sistem pengaturan barang baik yang menyatakan setuju 52%, sangat setuju 32% ,cukup setuju 15%,dan tidak setuju 1% .Dengan demikian mayoritas responden menyatakan setuju karena sistem pengaturan barang pada Clothing Arena diatur dangan baik.Namun sebagian kecil responden menyatakan tidak setuju karena sistem pengaturan barang masih terlihat belum rapi.

Tabel 4.20
Tanggapan Responden Terhadap Sistem Layanan Pembayaran baik

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat setuju	8	9%
2	Setuju	38	40%
3	**Cukup setuju**	**47**	**48%**
4	Tidak setuju	2	3%
5	Sangat Tidak setuju	0	0%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.20 tanggapan responden terhadap system Layanan pembayaran baik yang menyatakan cukup setuju 48%,setuju 40%,sangat setuju 9% dan tidak setuju 2%. Dengan demikaian mayoritas cukup setuju karena teknologi yang digunakan dalam sistem pembayaran sudah modern.Namun sebagian kecil responden menyatakan tidak setuju karena sistem pembayaran yang digunakan masih saja terjadi antrean pada saat hari-hari khusus.

Tabel 4.21
Tanggapan Responden Terhadap Kebersihan didalam toko Memeberikan ke nyamanan

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat setuju	0	0%
2	Setuju	33	34%
3	**Cukup setuju**	**52**	**54%**
4	Tidak setuju	8	9%
5	Sangat Tidak setuju	2	3%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.21 tanggapan responden terhadap kebersihan didalam toko memberikan kenyamanan yang menyatakan cukup setuju 54% ,setuju 34%,tidak setuju 8% dan sangat tidak setuju 3%.Dengan demikaian mayoritas menyatakan cukup setuju karena di Clothing Arena sebelum buka dan sesudah tutup toko bagian *Cleaning Service* selalu membersihkannya sehingga kebersihan

didalam toko maupun diluar toko tampak bersih sehingga responden merasa nyaman pada saat berbelanja dengan mayoritas menyatakan cukup setuju.Namun demikian sebagian responden menyatakan tidak setuju bahkan menyatakan sangat tidak setuju.Hal ini di sebabkan responden merasa masih saja tampak jelas debu yang menempel pada kaca pintu masuk sehingga mengurangi kenyamanan responden.

Berikut ini tanggapan responden mengenai General Interior Clothing Arena Experince Bandung

Tabel 4.22
Tanggapan Responden Terhadap general Interior Toko

No	Indikator	Skor
1	Kesesuaian Tata Cahaya	330
2	Kesesuaian warna dinding toko	360
3	Kesesuaian Aluman musik	340
4	Kesesuaian Aroma Ruangan	329
5	Kesesuaian Tempertur udara	349
6	Sistem Pengaturan Barang	395
7	Sistem Pembayaran	337
8	Kebersihan didalam toko	306
Total		2746

Analisa deskripsi tentang General Interior pada Clothing Arena Experince Bandung dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.23
Tanngapan Skor Responden Mengenai General Interior

Skor	Skor dalam (%)
2746	$\frac{2746}{5\times8\times95} \times 100\ \% = 72{,}26\%$

Maka dihasilakan data peringkat store layout yang tepat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.24
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Berdasarkan table 4.24 tentang tanggapan responden terhadap General Interior menunjukan skor 72,26 % dan berada diantara 68 % - < 84 % dengan kriteria baik. Hal ini menunjukkan tanggapan responden terhadap General Interior Clothing Arena Experince Bandung dinilai baik, karena responden menilai tata cahaya mayoritas menyatakan cukup sesuai, warna dinding yang digunakan mayoritas menyatakan sesuai, alunan musik yang diperdengarkan menyatakan sesuai ,aroma dalam ruangan cukup sesuai,temperatur udara yang memberikan kesejukan menyatakan setuju, sistem pengaturan barang terlihat baik menyatakan mayoritas setuju ,system layanan pembayaran baik meyatakan cukup setuju dan kebersihan toko yang memberikan kenyamanan menyatakan cukup setuju.

3.Store Layout

Berdasarkan kuisioner yang telah disebarkan, Di bawah ini akan di jelaskan tentang tanggapan responden mengenai indikator Store Layout yang terdiri dari pengaturan lokasi ,pengelompokan barang,dan arus lalu lintas.

Tabel 4.25
Tanggapan Responden Terhadap Pengaturan lokasi ruangan memudahkan dalam berbelanja

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat setuju	5	5%
2	**setuju**	**45**	**50%**
3	Cukup setuju	42	42%
4	Tidak setuju	3	3%
5	Sangat Tidak setuju	0	0%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.25 tanggapan responden terhadap pengaturan lokasi ruangan memudahkan berbelanja yang menyatakan Setuju 50%,cukup setuju 42%,sangat setuju 5% dan tidak setuju 3%.Dengan demikian mayoritas menyatakan setuju.Hal ini di karenakan pegaturan lokasi rungan telah memudahkan responden didalam mengamati barang yang akan dibelinya dengan mayoritas menyatakan setuju. Namun sebagian kecil responden menyatakan tidak setuju. Hal ini disebabkan pengaturan lokasi ruangan menurut responden belum maksimal.

Tabel 4.26
Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian dalam Pengelompokan Barang yang Dipajang

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat sesuai	5	6%
2	**Sesuai**	**51**	**54%**
3	Cukup sesuai	33	34%
4	Tidak sesuai	6	6%
5	Sangat Tidak sesuai	0	0%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.26 tanggpan responden terhadap kesesuian dalam pengelompokkan barang yang dipajang dengan yang menyatakan Sesuai 54%,cukup sesuai 34% sangat sesuai 6%,dan tidak sesuai 6%.Dengan demikian mayoritas menyatakan sesuai .Hal ini disebabkan pengelompokkan barang yang dipajang di Clothing Arena telah sesuai dengan jenis barang dan segmentasi barang dengan mayoritas menyatakan sesuai.Namun demikian sebagian kecil responden menyatakan tidak sesuai.Hali ini disebabkan pengelompokan barang masih terlihat belum rapi.

Tabel 4.27
Tanggapan Responden Terhadap kesesuaian Arus lalu lintas didalam toko.

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat sesuai	7	8%
2	**Sesuai**	**48**	**49%**
3	Cukup sesuai	35	37%
4	Tidak sesuai	5	6%
5	Sangat Tidak sesuai	0	0%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.27 tanggpan responden terhadap arus lalulintas didalam Clothing Arena Experience yang menyatakan sesuai 49%,cukup sesuai 37%,sangat sesuai 8% dan tidak sesuai 5%.Dengan demikian mayoritas menyatakan sesuai. Hal ini dikarenakan pengaturan arus lalulintas atau pengaturan gang telah memberikan keleluasaan responden dalam melintas disetiap gang yang dibuat.Namun demikian sebagian responden menyatakan tidak setuju.Hal ini disebabkan pengaturan araus lalulintas masih dirasa sempit.

Berikut ini tanggapan responden mengenai Store Layout pada Clothing Arena Experience Bandung.

Tabel 4.28

Tanggapan Responden Terhadap Store Layout Pada

No	Indikator	Skor
1	Kemudahan lokasi ruangan dalam berbelanja	337
2	Kesesuaian Penataan Barang	340
3	Kesesuaian Arus lalulintas didalam toko	342
Total		1019

Analisa deskripsi tentang store layout pada Clothing Arena Experince Bandung dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.29
Skor Tanggapan Responden

Skor	Skor dalam (%)
1019	$\frac{1019}{5\times3\times95} \times 100\ \% = 71.50\%$

Maka dihasilkan data peringkat store layout yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.30

Pengkategorian Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Berdasarkan tabel 4.30 tentang tanggapan responden terhadap Store Layout menunjukan skor 71,50% dan berada diantara 68 % - < 84 % dengan kriteria **baik**. Hal ini menunjukkan tanggapan responden terhadap Store Layout toko pada Clothing Arena Experience Bandung, yang terdiri dari pengaturan lokasi barang memberikan kemudahan dalam berbelanja menyatakan setuju,kesesuaian dalam pengelompokan barang meyatakan sesuai,dan kesesuaian arus lalu lintas menyatakan sesuai.

4.Interior POP display

Sangat menentukan bagi suasana toko karena memberikan informasi kepada konsumen. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan penjualan dan laba bagi toko.Beberapa interior display yang digunakan adalah sebagai berikut:

Poster ,kartu sign berfungsi untuk informasi produk dan harga.

Tabel 4.31
Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Pemasangan Poster gambar

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat sesuai	7	8%
2	**Sesuai**	**48**	**49%**
3	Cukup sesuai	35	37%
4	Tidak sesuai	5	6%
5	Sangat Tidak sesuai	0	0%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.31 tanggapan responden terhadap kesesuaian pemasagan poster gambar di Clothing Arena Experience yang menyatakan sesuai 49%,cukup sesuai 37%,sangat sesuai 8%,dan tidak sesuai 6%.Dengan demikian mayoritas responden menyatakan sesuai.Hal ini dikarenakan gambar yang dipasang di Clothing Arena responden menyukainya.Namun sebagian kecil responden menyatakan tidak sesuai. Hal ini di sebabkan responden kurang memperhatikan gambar yang dipasang.

Tabel 4.32
Tanggapan Responden Terhadap kejelasan Pemasangan tanda petunjuk

No	Kategori Penilaian	Frekwensi	Presentase %
1	Sangat jelas	5	6%
2	**Jelas**	**51**	**54%**
3	Cukup jelas	33	34%
4	Tidak jelas	6	6%
5	Sangat Tidak jelas	0	0%
Jumlah		95	100%

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.32 tanggapan responden terhadap kejelasan pemasangan tanda petunjuk yang menyatakan sudah jelas 54%,cukup jelas 34% ,sangat jelas 6% dan tidak jelas 6%**.** Dengan demikian mayoritas responden menyatakan jelas.Hal ini dikarenakan pemasangan tanda petunjuk di pasang dengan huruf yang berukuran besar sehingga responden dapat melihatnya dengan jelas.Namun demikian sebagian responden menyatakan tidak jelas. Hal ini disebabkan pemasangan tanda petunjuk kurang di perhatikan oleh responden.

Berikut ini tanggapan responden mengenai *Interior POP display* pada Clothing Arena Experience Bandung.

Tabel 4.33

Tanggapan Responden Terhadap Store Layout Pada

No	Indikator	Skor
1	Kesesuaian pemasangan poster	342
2	Kejelasan pemasangan tanda petunjuk	340
Total		682

Analisa deskripsi tentang *interior POP display* clothing Arena Experince Bandung dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.34
Skor Tanggapan Responden

Skor	Skor dalam (%)
682	$\frac{682}{5\times2\times95} \times 100\ \% = 71{,}78\%$

Maka dihasilakan data peringkat *Interior POP display* dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4.35

Pengkategorian Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Berdasarkan tabel 4.35 tentang tanggapan responden terhadap Store Layout menunjukan skor 71,78% dan berada diantara 68%-<84% dengan kriteria **baik** Hal ini menunjukkan tanggapan responden terhadap *Interior display POP* toko pada Clothing Arena Experience Bandung,yang terdiri dari kesesuaian Pemasagan poster yang menyatakan sesuai dan Kejelasan pemasangan tanda petunjuk menyatakan jelas.

Setelah semua indikator dari Atmosfer diolah dan diuraikan maka dapat di simpulkan tanggapan responden mengenai Atmosphere Clothing Arena Experince Bandung sebagai berikut:

Tabel 4.36

Tanggapan Responden Mengenai *Store Atmosphere* Pada Clothing Arena Experince Bandung

No	Keterangan	Skor	Presentase (%)
1	Eksterior	**1667**	70,18**%**
2	General Interior	2746	**72,26%**
3	Store Layout	1019	**71.50%**
4	Interior POP display	682	72,26%
Total		6114	

Analisa deskripsi tentang Atmosphere Clothing Arena Experience Bandung dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.37
Skor Tanggapan Responden Mengenai Atmosphere Clothing Arena Experience Bandung

Skor	Skor dalam (%)
6114	$\frac{6114}{5\times18\times95} \times 100\ \% = 71{,}50\%$

Maka dihasilkan data peringkat Atmosfer toko yang tepat dilihat pada tabel berikut ini

Tabel 4.38

Pengkategorian Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat TidakBaik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Berdasarkan tabel tentang 4.38 tanggapan responden terhadap Atmosphere Toko menunjukan skor 71,50% dan berada diantara **68 % - < 84 %** dengan kriteria **baik**. Hal ini menunjukkan tanggapan responden terhadap Atmosfer Toko pada Clothing Arena Experince Bandung dinilai baik karena Ekterior , General interior dan Store layout dan interior POP display di nilai baik.