BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian objek dalam penyusunan Tugas Akhir ini adalah "Analisis Penilaian Konsumen Terhadap *Store Atmosfer* yang mengunjungi toko beralokasi di Clothing Arena Experience Bandung yang beralamat di JL. Ir. H Djuanda No. 207 Bandung.

Pada penelitian ini masalah yang diteliti adalah tentang tujuan pelaksanaan *Store Atmosfer* pada Clothing Arena Experience Bandung, Penilaian Konsumen Mengenai *Store Atmosfer* Serta Masalah-Masalah yang dihadapi dalam Menganilisis Penilaian Konsumen Mengenai *Store Atmosfer* Pada Clothing Arena Experience Bandung yang beralamat di JL. Ir. H Djuanda No. 207 Bandung.

3.2.Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu ekonomi, secara khusus menggunakan pendekatan manajemen pemasaran, tentang *store atmosphere* .Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif atau sering juga disebut dengan penelitian survey.

Tujuan penelitian ini adalah memperoleh gambaran tentang bagaimana penilaian konsumen mengenai *store atmosphere*. Metode deskriptif yaitu metode yang menafsirkan, menganalisa dan menguraikan data dan informasi secara jelas yang

berhubungan dengan masalah yang diteliti, atau metode penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk kemudian diolah menjadi data .(Sugiono :2003)

3.2.1.Desain penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh, deskripsi mengenai *store atmosphere*. Karena menggunakan metode survey, maka untuk menjawab tujuan penelitian yaitu mengetahui tanggapan responden mengenai penilai *store atmosphere* pada Clothing Arena Experience Bandung, maka digunakan deskriptif survey.

3.2.2.Operasionalisasi Variabel

Pada penelitian ini konsep variabel yang diteliti adalah *store atmosphere* merupakan *independent variabel* atau variabel bebas (x).Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau objek dari orang maupun objek yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Agar dapat memperlancar dalam pengumpulan data dan pengukurannya maka variabel dalam penelitian ini akan didefinisikan secara rinci untuk kemudian dijabarkan ke dalam masing-masing indikator serta skala pengukurannya.Untuk lebih jelasnya, operasional variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1berikut:

Tabel 3.1

Oprasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
Store Atmosphere (X)	*Store Atmosphere* Meliputi berbagai elemen yang mempengaruhi pelanggan persepsi, seperti warna, pencahayaan, perlengkapan, suhu, barang, kebersihan, dan suara (termasuk musik) Pengecer sebagai alat untuk membedakan. **Berman and Evans (2001:604)**	*Exterior* (bagian depan toko) ***Marquee*** -Lambang dan nama perusahaan terlihat berbeda ***Uniqueness*** - Etalase yang digunakan terlihat dekoratif. - Kesesuaian pintu masuk -Bagunan gedung yang berbeda ***Parking facilities*** -fasilitas parkir yang memadai	***Marquee*** -Tingkat kesetujuan lambang perusahaan yang berbeda ***Uniqueness*** -Tingkat kesetujuan etalase yang dekoratif -Tingkat kesesuai pintu masuk -Tingkat kesetujuan bangunan gedung yang berbeda ***Parking facilities*** -Tingkat kesetujuan fasilitas parkir yang memadai	Ordinal

		General Interior (bagian dalam toko). ***Color & lighting*** - Kesesuaian tata cahaya ruangan -Kesesuaian warna dinding ***Scent & sound*** -Kesesuaian aroma ruangan -Kesesuaian aluanan musik **Temperatu**r -Temperatur udara memberi yang memberikan kesejukan ***Tecnology*** - Sistem pengaturan barang baik -sistem layanan pembayaran baik ***Cleanliness*** -kebersihan toko memberikan kenyaman	***Color & lighting*** -Tingkat kesesuaian cahaya ruangan -Tingkat kesesuaian warna dinding ***Scent & sound*** -Tingkat kesesuaian dengan aroma aroma ruangan -Tingkat kesesuaian alunan musik **Temperatu**r -Tingkat kesetujuan temperatur udara yang meberikan kesejukan ***Tecnology*** -Tingkat kesetujuan sitem pengaturan baik dengan - Tingkat kesetujuan sistem layanan pembayaran baik ***Cleanliness*** -Tingkat kesetujuan kebersihan toko yang meberikan kenyaman	

		-*Store Lay out(*tata letak toko) -Pengaturan Lokasi ruangan ruangan memudahkan berbelanja - kesesuaian dalam mengelompokan barang -kesesuaian Arus lalu lintas didalam toko	- Tingkat kesetujuan dengan Lokasi ruangan -Tingkat kesesuaian dengan kelompok barang -Tingkat kesesuaian arus lalulintas	**ordinal**
		-*Interior POP display* (pemajangan tanda-tanda) -Kesesuaian pemasangan poster gambar -Kejelasan tanda petunjuk	-Tingkat kesesuaian degan poster gambar -Tingkat kejelasan dengan tanda petunjuk	

3.2.3 Metode Penarikan Sampel

3.2.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek /

subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu (Sugiyono 2009:80).

Populasi yang akan diteliti adalah konsumen yang sedang berkunjung atau berbelanja di Clothing Arena Experince Bandung .Dalam Penelitian ini terdapat populasi berjumlah 1800 dari data konsumen perbulan, karena pihak Clothing Arena Experince Bandung mengimput data konsumen yang datang satu kali dalam sebulan.

3.2.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2009:81). Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk sampel yang diambil dan populasi harus betul-betul representatif.

Jenis sampel yang digunakan adalah *probability sampling* (pengambilan sampel berdasarkan peluang). Dengan teknik *simple random sampling* (sampel acak sederhana), yaitu sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga setiap unit penelitian dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Untuk mencari berapa besar sampel yang dapat mewakili dalam penelitian ini, digunakan populasi yang berjumlah 1800 dari data konsumen per bulan, karena pihak perusahaan mengimput data konsumen yang datang satu kali dalam sebulan. dan rumus besar sampel untuk mengistemasi proporsi (Jalaludin Rahmat, 2004:82) dengan perhitungan rumus sebagai berikut :

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

N=Populasi, n=Sampel, d²=Tingkat Ketelitian (10%)

$$n = \frac{1800}{(1800.10\%^2) + 1} = \frac{1800}{(1800.0{,}01) + 1} = \frac{1800}{18 + 1} = \frac{1800}{19}$$

$$n = 94{,}736 \approx 95$$

Jadi jumlah sampel yang peneliti ambil untuk penelitian ini sebanyak 95 orang.

3.2.4.Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan Tugas Akhir Pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono 2009:137).

Jadi dalam pengumpulan data diatas yaitu primer dan sekunder, maka penulis melakukan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Studi lapangan *(Field Reseach)*

   Penelitian lansung ke lapangan atau ke perusahaan yang dijadikan objek penelitian secara langsung. Studi lapangan terbagi dua :

   Dalam teknik ini terdapat tiga cara yang dilakukan yaitu :

   a. Observasi, menurut Umi Narimawati (2007:63) yaitu pengumpulan data melalui pengamatan dan pencatatan oleh pengumpul data terhadap gejala / peristiwa yang diselidiki pada obyek penelitian
   b. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan menyebar daftar pertanyaan untuk diisi oleh sejumlah responden. Untuk mendapatkan data yang diperoleh bagi pencapaian sasaran penelitian ini maka digunakan pengukuran melalui sejumlah kuesioner. Dimana responden mengisi sendiri kuesioner tersebut dengan menggunakan skala likert (lima skala). Menurut Sugiyono (2000:86) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk keperluan analisis kualitatif, maka jawaban itu diberi skor 1 sampai dengan 5, seperti dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.2.

Skala Likert

Jawaban	Bobot Nilai Positif	Bobot Nilai Negatif
Sangat setuju	5	1
setuju	4	2
Cukup setuju	3	3
Kurang setuju	2	4
Tidak setuju	1	5

c. Wawancara, menurut Umi Narimawati (2007:64) yaitu pengumpulan data melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pewawancara (pengumpul data) dengan responden (sumber data).

2.Studi kepustakaan *(LibraryResearch)*

Adalah teknik pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari *literature* hasil penelitian, buku-buku serta laporan-laporan yang berhubungan dengan objek penelitian yang terdapat perpustakaan.

3.2.5.Rancangan Analisis

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengelolaan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai (*scoring*) sesuai dengan sistem yang ditetapkan. Jawaban kuesioner menggunakan skala likert 5-4-3-2-1 yang digunakan untuk mengukur sikap.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis analisis kualitatif dan menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif, dengan menggunakan alat bantu analisis data statistik, baik yang bersifat deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis kualitatif digunakan untuk melihat faktor penyebab. Menurut Sugiyono (2009:9), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen).

Untuk maksud mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum penelitian responden atau tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian sesuai dengan pernyataan dari Rendi Panuju (1995:45) bahwa "untuk menentukan kategori tinggi, sedang dan rendah terlebih dahulu harus menentukan nilai Indeks minimum, maksimum dan intervalnya serta jarak intervalnya" sebagai berikut :

1. Nilai indeks minimum adalah nilai skor minimum dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
2. Nilai indeks maksimum adalah nilai skor tertinggi dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
3. Interval adalah selisih antara nilai indeks maksimum dengan nilai indeks minimum.
4. Jarak interval adalah interval ini dibagi jumlah jenjang yang diinginkan.

Penentuan kategori dalam ukuran persentase dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

Skor minimum dalam persentase $= \frac{skor\ \min imum}{skor\ maksimum} \times 100\%$

$= \frac{1}{5} \times 100\%$

$= 20\%$

Skor maksimum dalam persentase $= \frac{skor\ maksimum}{skor\ maksimum} \times 100\%$

$= \frac{5}{5} \times 100\%$

$= 100\%$

Interval dalam persentase = skor maksimum – skor minimum

$= 100\% - 20\%$

$= 80\%$

Panjang interval $= \frac{Interval}{Jenjang} = \frac{80\%}{5} = 16\%$

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing item penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.3.
Kriteria Persentase Skor Tanggapan Responden Terhadap Skor Ideal

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

Kesimpulan penelitian yang berupa jawaban atau pemecahan masalah penelitian, pengumpulan data dan analisis data, oleh karena itu tergantung pada kualitas data yang di analisis dan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.