BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian ini merupakan suatu permasalahan yang di jadikan sumber topik untuk penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukaan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek penelitian yang berjudul " Analisis Pelaksanaan Bauran Eceran Pada Blank Wear Clothing Co Jalan AH Nasution Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis, yaitu suatu metode pengambilan data yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya untuk di analisis yang kemudian di susun sebagai bahan pembuatan Tugas akhir. Metode ini digunakan karena sesuai dengan penelitian yang akan digunakan penullis terhadap data kualitatif yang telah dikumpulkan.

3.2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang pelaksanaan Bauran Eceran pada Blank Wear Clothing Co dan apakah pelaksanaan tersebut dapat meningkatkan hasil penjualan, oleh karena itu digunakan penelitian deskriptif yang

bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang Bauran Eceran pada Blank Wear Clothing Co.

3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

Untuk menjawab permasalahan diatas maka diperlukan opererasional variabel-variabel yang akan dianalisis dalam penelitian. Variabel yang dioperasionalisasikan adalah semua variabel yang terkandung dalam konsep dan sub variabel yang dirumuskan.

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau objek dari orang maupun objek yang mempunyai variabel tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan diterik kesimpulannya. Adapun yang menjadi variabel utama adalah bauran eceran (*retailing mix*), sub variabel yaitu lokasi (*location)*, barang dagangan (*merchandise*), harga (*price*), promosi (*promotion*), pelayanan (*service*), suasana dalam toko (*atmosper*). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut .

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	skala
B A U R A N E C E R A N	Kombinasi dari factor-faktor ritel yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli.	1. **Lokasi,** meliputi : • Ketepatan lokasi toko • Kestrategisan 2. **Barang Dagangan**, meliputi : • Kelengkapan barang yang tersedia • Keragaman merek yang tersedia 3. **Harga**, meliputi : • Bersaingnya harga barang • Kesesuaian harga barang 4. **Promosi**, meliputi : • Kemenarikan promosi • Pengaruh promosi dalam pembelian 5. **Pelayanan,** meliputi : • Pelayanan yang baik • Pengaruh pelayanan dalam pembelian 6. **Suasana toko**, meliputi : • Kenyamanan dalam toko	• Tingkat kedekatan • Tingkat kestrategisan • Tingkat kelengkapan • Tingkat keragaman • Tingkat persaingan harga • Tingkat kesesuaian harga • Tingkat kemenarikan • Tingkat pengaruh promosi • Tingkat kebaikan • Tingkat pengaruh pelayanan • Tingkat kenyamanan	O R D I N A L

		• Kemenarikan dalam toko	• Tingkat kemenarikan	

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder)

Adapun sumber data yang dipakai dalam Penelitian ini adalah sebagai berikut : (Sugiono :2003)

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dengan cara wawancara lansung ke perusahaan dengan membuat beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada pihak yang terkait terhadap masalah penelitian.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain seperti artikel, literature, buku-buku, karya tulis lainnya dan termasuk data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan kedalam bentuk teble serta data-data dari perusahaan.

3.2.3.2 Tehnik Penentuan Data

3.2.3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi atas objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiyono, 2003 : 57)

Berdasarkan pernyataan diatas, maka populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berbelanja di Blank Wear Clothing Co untuk mengetahui bagaimana tanggapannya tentang Blank Wear Clothing Co. Dari hasil penelitian ternyata populasi pengunjung pada Blank Wear Clothing Co adalah sekitar kurang Lebih 500 pengunjung dalam 1 bulan. Hal ini di disebabkan karena perhitungan keuangan pada Blank Wear Clothing Co dilakukan setiap bulannya.

3.2.3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi terebut. 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.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Probabiliti Sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi Random Sampling yang artinya pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada didalam populasi itu. (Sugiono, 2008:118).

Untuk mencari berapa besar sampel yang dapat mewakili dalam penelitian ini, digunakan populasi yang berjumlah 500 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 :

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

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

N=Populasi, n=Sampel, d^2=Tingkat Ketepatan (10%)

$$n = \frac{500}{(500.10\%^2) + 1} = \frac{500}{(500.0{,}01) + 1} = \frac{500}{5 + 1} = \frac{500}{6}$$

$$n = 83{,}33 \approx 83$$

Jadi jumlah sampel yang akan peneliti ambill untuk melalkukan penelitian ini sebanyak 83 orang.

3.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Dalam melaksanakan penyusunan Tugas Akhir ini beberapa metode yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data- data adalah sebagai berikut:

1. *Library research* (study kepustakaan)

   Adalah suatu rangkaian penelitian yang dilakukan dengan membaca literature, buku, majalah, jurnal untuk mendapatkan data sekunder. Data sekunder tersebut dijadikan sebagai landasan teori dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

2. *Field research* (study lapangan)

   Adalah suatu rangkaian penelitian di lapangan atau di perusahaan langsung dengan cara :

a. Interview / Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara berkomunikasi langsung / menanyakan langsung dengan karyawan yang bersangkutan / pimpinan Blank Wear Clothing Co.

b. Quesioner

Yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membagikan lembaran kertas yang berisi pertanyaan - pertanyaan yang akan di isi oleh responden, yang kemudian lembaran - lembaran kertas tersebut akan dikumpulkan dan hasilnya akan di olah menjadi materi yang akan dibahas.

c. Observasi

Yaitu teknik yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap kegiatan perusahaan sebagai objek penelitian dimana dalam hal ini diteliti dengan baik secara langsung dan menunjang pengumpulan data-data yang berhubungan dengan pembahasan dan kemudian pencatatan langsung dari sumber tertulis pada lokasi penelitian kuesioner.

3.2.5 Metode Analisis

Analisis data yang digunakan adalah deskriptif suatu metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian untuk selanjutrnya analisis ini adalah menjawab bagaimana tanggapan responden terhadap bauran eceran pada Blank Wear Clothing Co. Dimana penelitian deskriptif ini adalah penelitian yang dilakukan terhadap variabel mandiri yaitu tanpa

membuat perbandingan, atau menggabungkan dengan variabel lain. Dalam menganalisis secara deskriptif digunakan table dalam bentuk jumlah dan presentase.

Untuk pengkategorian tanggapan responden, dilakukan dengan membuat pengkategorian sesuai dengan pernyataan Redi Panuju dalam bukunya komunikasi bisnis yaitu : " Untuk menentukan kategori tinggi, sedang, rendah terlebih dahulu harus menentukan nilai indeks minimum, maksimum, dan intervalnya serta jarak intervalnya." Sebagai berikut :

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

Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut :

Skor minimum dalam presentase = skor maximum × 100 %

skor maximum

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

$= 20\ \%$

Skor maximum dalam presentase = skor maximum x 100 %

Skor maximum

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

Interval dalam persentase = skor maximum – skor minimum

= 100 % - 20 %

= 80 %

Jarak Interval dalam persentase = Interval

Jenjang

$= \frac{80}{5}$

= 16 %

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

Tabel 3.2

Kategori Skor

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat 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 dibuat berdasarkan proses penyajian data yang meliputi : penelitian pengumpulan dan analisis data. Oleh karena itu, tergantung pada kualitas data yang dianalisis dan instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.