BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Clothing Airplane System adalah sebuah perusahaan pakaian. Perusahaan ini diberi nama Airplane System yang artinya dalam bahasa Indonesia adalah pesawat udara, karena pesawat udara merupakan simbolis dari jasa transportasi yang paling canggih, cepat dan modern untuk semua orang yang memerlukan di jaman yang modern ini. Dan dengan nama Airplane System, perusahaan ini akan berusaha keras untuk membangun gambaran kebaikan menjadi suatu perusahaan yang dinamis, *highly – mobile* dan modern.

Pada mulanya perusahaan ini disebut Airplane Apparel System. Semenjak 1997 perusahaan ini dipasarkan dalam jumlah kecil tetapi bisnis ini ditangani dengan baik. Dan semenjak komoditas perusahaan ini berada pada posisi yang terbaik karena Airplane System secara berkelanjutan dapat menciptakan sesuatu yang baru, jenius, dan terbatas. Berdasarkan hasil pengamatan perusahaan nasional, dengan beberapa distributor kota besar di Indonesia seperti Bandung, Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, Bali, Makasar, Banjarmasin Palembang, dan juga beberapa distributor dari luar negeri seperti Malaysia, Singapore, Jepang, Australia, Jerman, dan New Zealand.

Clothing Airplane System Berdiri pada Tanggal 8 Februari 1998 dalam sebuah hubungan kerja sama dengan Lintas Arrasy Indonesia, CV. Dengan target pemasaran sebagai berikut:

1. Pakaian Pria dan Wanita.
2. Pakaian Remaja 14 sampai dengan 18 tahun.
3. Pakaian Dewasa 19 sampai dengan 27 tahun.
4. Pakaian Anak – anak 3 sampai dengan 6 tahun.

Perusahaan ini memproduksi mulai dari T – shirts, jaket, kaos, celana, rok, dan celana jeans sampai dengan tas dan assesoris, topi, dompet, tempat telepon seluler, bros, sandal, sepatu, celana boxer, dan pakaian anak mulai dari umur 3 tahun sampai dengan 6 tahun dengan merk Airplane Kids.

4.1.2 Struktur Organisasi Airplane System Bandung

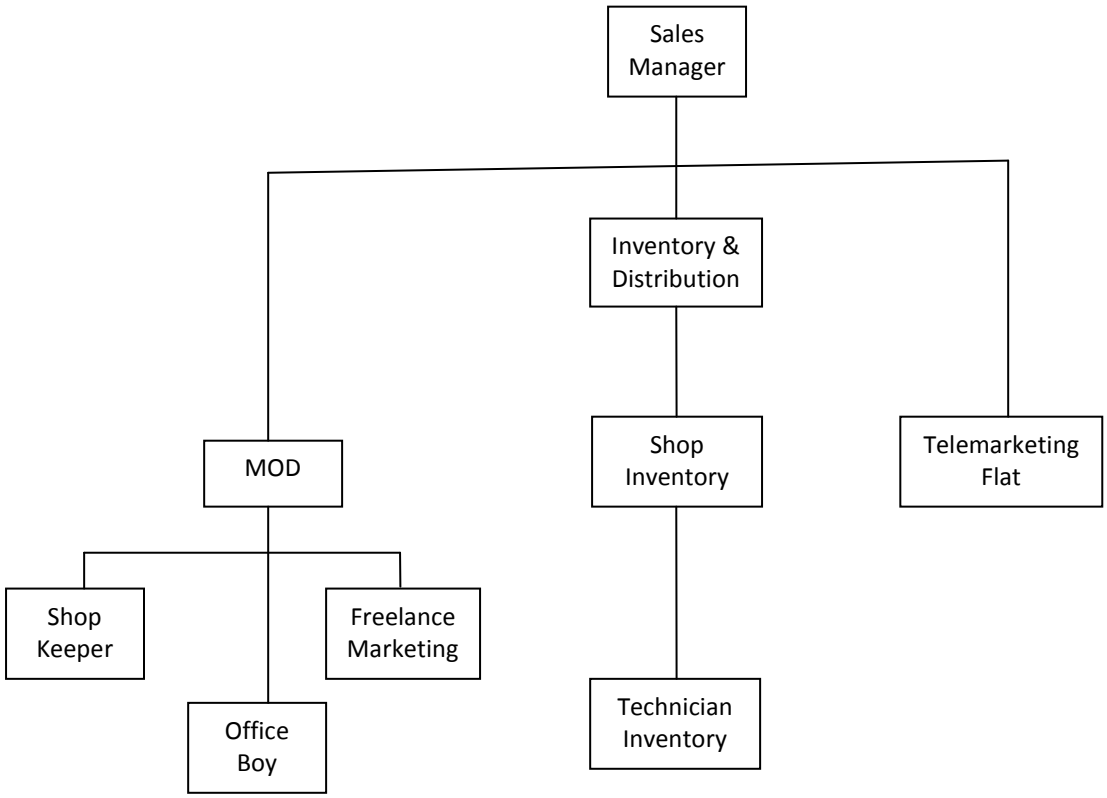
Struktur organisasi perusahaan merupakan gambaran skematis tentang hubungan kerja sama yang ada dalam perusahaan untuk mencapai sasaran. Struktur organisasi ini menggambarkan pembagian kerja, garis – garis wewenang, pembatasan tugas dan tanggung jawab dari unit – unit organisasi yang ada dalam suatu perusahaan.

Struktur organisasi adalah keseluruhan yang menunjukan antara fungsi – fungsi dan otoritas relatif serta tanggung jawab individu yang memimpin atau bertanggung jawab atas masing – masing fungsi resprektif.

Bentuk Struktur organisasi di Clothing Airplane System Bandung adalah Organisasi lini atau garis yaitu bentuk organisasi dimana kekuasaan dan tanggung jawab mengalir dari suatu garis dari bagian puncak ke bagian bawah perusahaan.

Untuk lebih jelasnya, penulis menggambarkan Struktur organisasi Clothing Airplane System Bandung seperti di bawah ini:

Struktur Organisasi Clothing Airplane System Bandung



Sumber : Airplane System Bandung.

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Clothing Airplane System Bandung.

4.1.3 Deskripsi Tugas

Berikut adalah penjelasan mengenai tugas dan tanggung jawab serta wewenang pada masing – masing bagian :

1. Sales Manager

Tanggung jawab dan wewenang *Sales Manager*:

a. Bertanggung jawab dan berwenang atas perencanaan kerja tim sales, yang terdiri dari *MOD, Inventory & Distribution, dan Telemarketing*.
b. Bertanggung jawab dan berwenang atas pengorganisasian kerja tim sales, yang terdiri dari *MOD, Inventory & Distribution, dan Telemarketing*.
c. Bertanggung jawab dan berwenang atas pelaksanaan kerja tim sales, yang terdiri dari *MOD, Inventory & Distribution, dan Telemarketing*.
d. Bertanggung jawab dan berwenang atas pengontrolan kerja tim sales, yang terdiri dari *MOD, Inventory & Distribution, dan Telemarketing*.

2. Inventory & Distribution Departemen

Tanggung jawab dan wewenang *Inventory Departemen*:

a. Bertanggung jawab langsung kepada *Sales Manager* atas kondisi stok barang yang tersedia di gudang (barang siap jual, tag, shoping bag, dll.), baik gudang besar maupun gudang toko.

b. Melaporkan kondisi stok perminggu dan perbulan kepada *Sales Manager*.
c. *Inventory Departemen* berwenang melakukan evaluasi dan melakukan koordinasi kinerja *Shop Inventory Dan Technician Inventory*, untuk kemudian melaporkannya kepada *Sales Manager Atau GM Finance & Internal Affairs.*
d. *Inventory Departemen* berwenang melakukan kontrol terhadap pemasukan dan pengeluaran barang yang terjadi di gudang besar dan gudang toko, untuk kemudian melaporkannya kepada *Sales Manager* (kondisi stok), produksi manager (penerimaan barang dari vendor), *GM Finance & Internal Affairs* (penerimaan barang dari vendor).

Tanggung jawab dan wewenang *Inventory Departemen*:

a. Bertanggung jawab langsung kepada *Sales Manager* atas pengadaan stok barang yang tersedia di gudang (barang siap jual, tag, shoping bag, dll.), baik gudang besar maupun gudang toko dan laporan penjualan konsinyasi.
b. Melaporkan kondisi stok klien konsinyasi perbulan.
c. *Distribution Departemen* berwenang melakukan evaluasi kinerja dan pendapatan klien konsinyasi untuk kemudian dilaporkan kepada *Sales Manager*.

d. *Distribution Departemen* bertanggung jawab atas control pengadaan barang di klien konsinyasi.

Distribution Departemen berkoordinasi dengan *Telemarketing Flat And Consignment Client* atas pengadaan barang yang dibutuhkan, laporan dan bukti transfer dari klien. Laporan dan bukti transfer dilaporkan langsung kepada *GM Finance & Internal Affairs atau Coorporate Secretary*.

3. Shop Inventory

Tanggung jawab dan wewenang *Shop Inventory*:

a. Bertanggung jawab langsung kepada *Inventory & Distribution* atas penerimaan dan pengeluaran barang yang tersedia di gudang (barang siap jual, tag, shoping bag, dll.), baik gudang besar maupun gudang toko.
b. Melaporkan kondisi stok barang kepada *Inventory & Distribution*.
c. Berkoordinasi dengan MOD atas kebutuhan pengelolaan barang kepada *Inventory & Distribution.*
d. *Shop Inventory* berwenang melakukan evaluasi dan menentukan kooerdinasi kinerja Technician Inventory untuk kemudian dilaporkan kepada *Inventory & Distribution*.
e. *Shop Inventory* berkoordinasi dengan MOD bertanggung jawab atas kontrol penerimaan dan pemasukan barang ditoko.

f. *Shop Inventory* Bertanggung jawab langsung kepada *Inventory & Distribution* atas kerapihan gudang dan berkoordinasi dengan MOD atas kerapihan display toko.

4. MOD & Store Manager AB1

Tanggung jawab dan wewenang *MOD*:

a. Bertanggung jawab langsung kepada *Sales Manager* atas kondisi toko dan AB1 (kerapihan toko).
b. Bertanggung jawab langsung kepada *Sales Manager* atas laporan daya beli konsumen (per artikel, perminggu dan perbulan), laporan pendapatan toko (perminggu dan perbulan), laporan kegiatan toko, *raport Shopkeeper*, *raport Office Boy,* dan laporan pendapatan *Freelance Marketing* (perminggu dan perbulan).
c. Berkoordinasi dengan *Shop Inventory* atas kontrol penerimaan dan pemasukan barang digudang toko atau gudang AB1.
d. Berkoordinasi dengan *Shop Inventory* atas laporan pengeluaran barang digudang toko (perhari).
e. Bertanggung jawab atas administrasi *Freelance Marketing* dan *Shopkeeper.*
f. Bertanggung jawab langsung kepada *GM Finance & Internal Affairs atau Coorporate Secretary* atas laporan pendapatan toko perhari.
g. MOD berwenang melakukan evaluasi kinerja *Shopkeeper, Freelance Marketing,* dan *Office Boy* untuk pengambilan keputusan yang

sifatnya teknis, untuk kemudian dipertanggung jawabkan kepada *Sales Manager* atau *GM Internal Affairs*.

h. Bertanggung jawab langsung kepada *Coorporate Secretary* atas kebutuhan rumah tangga toko.

5. Telemarketing Flat and Consignment Client.

Tanggung jawab dan wewenang:

a. Bertanggung jawab kepada *Sales Manager* atas penjualan dan daya beli *Flat* and *Consignment Client* perminggu dan perbulan.
b. Berkoordinasi dengan *Inventory & Distribution* atas pengadaan stok dan kebutuhan klien.
c. Bertanggung jawab langsung kepada *GM Finance & Internal Affairs atau Coorporate Secretary* terhadap laporan bukti transfer klien.
d. Melayani kebutuhan dan keluhan klien dengan baik.
e. Menyampaikan keluhan atau kebutuhan yang berkaitan dengan aktivitas penjualan dan pelayanan klien kepada *Sales Manager*.

6. Shopkeeper.

Tanggung jawab dan wewenang Shopkeeper:

a. Bertanggung jawab langsung kepada MOD atas kerapihan dan keindahan display toko selama waktu bekerja.

b. Bersikap ramah dan memiliki sifat melayani konsumen yang berkunjung ke toko.
c. Memiliki rasa empati yang besar terhadap kebutuhan dan keluhan konsumen.
d. Melayani kebutuhan konsumen dengan sigap, cepat, dan tepat.
e. Tidak keluar lokasi kerja tanpa seizing MOD.
f. Mentaati seluruh peraturan dan prosedur yang ditetapkan dan disampaikan oleh MOD.
g. Menjaga nama baik Airplane System Bandung di mata konsumen.
h. Menyampaikan keluhan atau kebutuhan yang berkaitan dengan aktivitas penjualan dan pelayanan konsumen kepada MOD.

7. Technician.

Tanggung jawab dan wewenang Technician:

a. Bertanggung jawab langsung kepada *Inventory & Distribution* atas kualitas dan kuantitas barang masuk dan barang keluar.
b. Bertanggung jawab atas ketepatan nama yang tertera pada saat pemasangan barcode.
c. Bertanggung jawab langsung kepada *Shop Inventory atau Inventory & Distribution* atas kondisi fisik seluruh barang yang ada digudang, baik gudang besar maupun gudang toko.
d. Bertanggung jawab langsung kepada *Shop Inventory atau Inventory & Distribution* atas pengepakan barang.

e. Tidak melakukan penerimaan atau pengeluaran barang tanpa seizin *Shop Inventory atau Inventory & Distribution Departement.*

f. Bertanggung jawab langsung kepada *Shop Inventory atau Inventory & Distribution* atas keberadaan barang yang ada digudang toko maupun gudang besar.

g. Menyampaikan keluhan atau kebutuhan yang berkaitan dengan aktivitas gudang kepada *Shop Inventory atau Inventory & Distribution Departement.*

8. Office Boy.

a. Bertanggung jawab langsung kepada MOD atas pekerjaan rumah Tangga toko.

b. Office Boy berhak menyampaikan keluhan atau kebutuhan yang berkaitan dengan aktivitas rumah tangga toko kepada MOD.

4.1.4 Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil dari penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penulis, maka dapat diperoleh data yang diperlukan untuk diolah lebih lanjut, unit observasi utama dalam penelitian ini adalah para konsumen clothing Airplane System Bandung, maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase

Pria	58	64,4 %
Wanita	32	36,6 %
Jumlah	**90**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dari tabel 4.1 di atas, dapat diperoleh data berdasarkan jenis kelamin, yaitu pria sebesar 64,4 % sedangkan wanita sebesar 36,6 %, jadi mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pria.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
≤ 18 tahun	16	17,8 %
18-20 tahun	28	31,1 %
21-23 tahun	35	38,9 %
≥ 24 tahun	11	12,2 %
Jumlah	**90**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dari tabel 4.2 di atas, dapat diperoleh karakteristik responden berdasarkan usia, yaitu responden usia < 18 tahun sebesar 17,8 %, usia 18-20 tahun sebesar 31,1 %, usia 21-23 tahun sebesar 38,9 %, dan usia > 24 tahun sebesar 12,2 %. Dari data tersebut mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berusia diantara 21-23 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang tua

Tabel 4.3
Pekerjaan Orangtua Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pegawai Negeri / BUMN	39	43,3 %
Wiraswasta	37	41,1 %
Lain-lain	14	15,6 %
Jumlah	**90**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dari tabel 4.3 di atas, dapat diperoleh data karakteristik responden berdasarkan pekerjaan orang tua, yaitu pegawai negeri sebesar 43,3 %, Wiraswasta sebesar 41,1 %, dan lain-lain sebesar 15,6%. Dari data tersebut mayoritas responden dalam penelitian ini adalah Pegawai negeri sebesar 43,3..

4. Karakteristik Responden Pernah Melihat Toko Airplane System

Tabel 4.4
Responden Pernah melihat toko airplane system

Pernah Melihat Toko Airplane System	Frekuensi	Persentase
Pernah	79	87,8 %
Tidak pernah	11	12,2 %
Jumlah	**90**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dari tabel 4.4 di atas, dapat diperoleh data karakteristik responden berdasarkan pernah melihat toko airplane system, yaitu pernah melihat sebanyak 87,8%, dan yang tidak pernah melihat sebanyak 12,2 %. Dari data tersebut mayoritas responden dalam penelitian ini adalah pernah melihat sebesar 87,8 %.

5. Berapa Lama Menggunakan Produk Baju Airplane System

Tabel 4.5
Lama Responden Menggunakan Produk Baju Airplane Sytem

Lama Menggunakan Produk Baju Airplane System	Frekuensi	Persentase
< 6 Bulan	6	6,7 %
1 Tahun	19	21,1 %
1–2 Tahun	42	46,7 %

> 2 Tahun	23	25,6 %
Jumlah	**90**	**100 %**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Dari tabel 4.5 di atas, dapat diperoleh data karakteristik responden berdasarkan berapa lama menggunakan produk airplane yaitu < 6 Bulan sebanyak 6,7%, 1 tahun sebanyak 21,1 %, 1-2 tahun sebanyak 46,7 %, dan > 2 tahun sebanyak 25,6 %. Dari data tersebut mayoritas responden dalam penelitian ini adalah 1-2 tahun.

4.2 Hasil Pembahasan

4.2.1 Hasil Analisis (Kualitatif)

4.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Atmosphere Toko Clothing Airplane System Bandung

Tanggapan responden terhadap instrument penelitian atmosphere toko pada clothing airplane system bandung, maka dapat dilihat melalui jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang mencakup indikator dari atmosphere toko.

Dalam penelitian ini digali melalui 5 indikator, yakni komunikasi visual, pencahayaan, warna, musik, dan aroma/wangi-wangian. Oleh karena itu pembobotan atau pemberian skor untuk jawaban sangat setuju, setuju, cukup, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Skor tersebut menunjukkan tingkat atmosphere toko pada clothing airplane system bandung.

Hasil pengolahan data untuk variabel Atmosphere Toko ditunjukkan

di tabel 4.6 dibawah ini :

Tabel 4.6
Hasil Pengolahan Data Untuk Variabel Atmosphere Toko

No	Indikator	Skor Penilaian Atmosphere Toko	Kategori Penilaian Atmosphere Toko
1	Komunikasi visual • Desain interior ruangan di airplane mempunyai keunikan dan kemenarikan. • Store atmosphere di airplane mempunyai daya tarik dan mempunyai papan nama cukup jelas • Penataan layout di airplane sudah ternilai kemenarikannya	325	Tinggi
2	Pencahayaan • Cahaya yg ada di dalam ruangan airplane cukup unik dan menarik	326	Cukup
3	Warna	328	Tinggi

	• Warna yang terdapat pada dinding toko airplane cukup cerah		
4	Musik • Volume musik yang diputar sudah cukup kejelasannya • Musik yang diputar di airplane sesuai dengan musik jaman sekarang	336	Cukup
5	Aroma / Wangi-wangian • Temperatur suhu udara yang ada di dalam toko airplane membuat anda nyaman • Aroma Pengharum yang ada di dalam toko airplane cukup wangi • Kebersihan di lingkungan airplane membuat anda merasa nyaman	320	Tinggi
Rata-rata		**327**	**Tinggi**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan hasil *scoring* pada tabel 4.6 diatas menunjukkan atmosphere toko yang ada pada clothing airplane system bandung secara rata-rata skor sebesar 327 berada dalam kategori tinggi. Berarti clothing airplane system bandung telah memperhatikan program atmosphere toko dan memenuhi beberapa faktor atmosphere toko.

Di bawah ini ditampilkan hasil pengolahan kuesioner tentang atmosphere toko, yang meliputi :

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Terhadap Keunikan dan Kemenarikan Desain Interior Ruangan Clothing Airplane System Bandung

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	6	6,7 %
Setuju	60	66,7 %
Cukup	23	25,6 %
Tidak setuju	1	1,1 %
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100 %

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas tanggapan responden terhadap keunikan dan kemenarikan desain interior ruangan yang menjawab sangat setuju sebanyak 6,7 %, setuju 66,7 % , cukup 25,6 % dan tidak setuju 1,1 %. Dengan demikian mayoritas responden menyatakan bahwa keunikan dan kemenarikan desain interior ruangan clothing airplane system Bandung dinilai setuju.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik dan Kejelasan Papan Nama Clothing Airplane System Bandung

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	7	7,8 %
Setuju	50	55,6 %
Cukup	29	32,2 %
Tidak setuju	4	4,4 %
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100 %

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap

daya tarik dan kejelasan papan nama yang menjawab sangat setuju sebesar 7,8 %, setuju sebesar 55,6 %, cukup sebesar 32,2 %, Dan tidak setuju sebesar 4,4 %. Dengan demikian mayoritas responden mengatakan bahwa daya tarik dan kejelasan papan nama clothing airplane system Bandung dinilai Setuju.

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Terhadap Penataan Layout Clothing Airplane System Bandung

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	6	6,7 %
Setuju	31	34,4 %
Cukup	44	48,9 %
Tidak setuju	8	8,9 %
Sangat tidak setuju	1	1,1 %
Jumlah	90	100 %

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap penataan layout clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 6,7 %, setuju sebesar 34,4 %, cukup sebesar 48,9 %, tidak setuju sebesar 8,9 %, dan sangat tidak setuju sebesar 1,1 %. Dengan demikian mayoritas responden mengatakan bahwa penataan layout clothing airplane system Bandung di nilai cukup.

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian pencahayaan di dalam ruangan clothing airplane system bandung

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	7	7,8 %
Setuju	46	51,1 %
Cukup	33	36,7 %
Tidak setuju	4	4,4 %
Sangat Tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap kesesuaian pencahayaan di dalam ruangan clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 7,8 %, menyatakan setuju sebesar 51,1 % menyatakan cukup sebesar 36,7 %, dan menyatakan tidak setuju sebesar 4,4 %. Jadi mayoritas responden yang menyatakan kesesuaian pencahayaan di dalam ruangan clothing airplane system Bandung di nilai setuju.

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Terhadap Daya Tarik Warna Interior Dinding Toko Clothing Airplane System Bandung

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	9	10,0 %
Setuju	44	48,9 %
Cukup	33	36,7 %
Tidak setuju	4	4,4 %
Sangat Tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap daya tarik warna interior dinding toko clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 10,0 %, menyatakan setuju

sebesar 48,9 % menyatakan cukup sebesar 36,7 %, dan menyatakan tidak setuju sebesar 4,4 %. Jadi mayoritas responden yang menyatakan daya tarik warna interior dinding toko clothing airplane system Bandung di nilai setuju.

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Terhadap Kejelasan Volume Musik Clothing Airplane System Bandung

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	7	7,8 %
Setuju	50	55,6 %
Cukup	31	34,4 %
Tidak setuju	2	2,2 %
Sangat Tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap kejelasan volume musik clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 7,8 %, menyatakan setuju sebesar 55,6 % menyatakan cukup sebesar 34,4 %, dan menyatakan tidak setuju sebesar 2,2 %. Jadi mayoritas responden yang menyatakan kejelasan volume musik clothing airplane system Bandung di nilai setuju.

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Musik Latar Clothing Airplane System Bandung

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	6	6,7 %
Setuju	60	66,7 %
Cukup	23	25,6 %
Tidak setuju	1	1,1 %
Sangat Tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap kesesuaian musik latar clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 6,7 %, menyatakan setuju sebesar 66,7 % menyatakan cukup sebesar 25,6 %, dan menyatakan tidak setuju sebesar 1,1 %. Jadi mayoritas responden yang menyatakan kesesuaian musik latar clothing airplane system Bandung di nilai setuju.

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Terhadap Kenyamanan Temperature Suhu Udara Di dalam Ruangan Clothing Airplane System Bandung

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	7	7,8 %
Setuju	50	55,6 %
Cukup	29	32,2 %
Tidak setuju	4	4,4 %
Sangat Tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap kenyamanan temperature suhu udara di dalam ruangan clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 7,8 %, menyatakan setuju sebesar 55,6 % menyatakan cukup sebesar 32,2 %, dan menyatakan tidak setuju sebesar 4,4 %. Jadi mayoritas responden yang menyatakan kenyamanan temperature suhu udara di dalam ruangan clothing airplane system Bandung di nilai setuju.

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Terhadap Aroma Suasana Toko Clothing Airplane System Bandung

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	6	6,7 %

Setuju	31	34,4 %
Cukup	44	48,9 %
Tidak setuju	8	8,9 %
Sangat Tidak setuju	1	1,1 %
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap Aroma suasana toko clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 6,7 %, menyatakan setuju sebesar 34,4 % menyatakan cukup sebesar 48,9 %, menyatakan tidak setuju sebesar 8,9 %. Dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 1,1 %. Jadi mayoritas responden yang menyatakan aroma suasana toko clothing airplane system Bandung di nilai cukup.

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Terhadap Kebersihan Suasana Toko Clothing Airplane System Bandung

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	7	7,8 %
Setuju	46	51,1 %
Cukup	33	36,7 %
Tidak setuju	4	4,4 %
Sangat Tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap kebersihan suasana toko clothing airplane system bandung yang

menjawab sangat setuju sebesar 7,8 %, menyatakan setuju sebesar 51,1 % menyatakan cukup sebesar 36,7 %, dan menyatakan tidak setuju sebesar 4,4 %. Jadi mayoritas responden yang menyatakan kebersihan suasana toko clothing airplane system Bandung di nilai setuju.

4.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Clothing Airplane System Bandung

Untuk mengetahui tanggapan mengenai keputusan pembelian konsumen pada clothing airplane system bandung, maka dapat dilihat melalui jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang mencakup indikator dari keputusan pembelian konsumen.

Dalam penelitian ini digali melalui 5 indikator, yakni pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian. Oleh karena itu pembobotan atau pemberian skor untuk jawaban sangat setuju, setuju, cukup, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Skor tersebut menunjukkan tingkat keputusan pembelian konsumen pada clothing airplane system bandung.

Hasil pengolahan data untuk variabel keputusan pembelian konsumen ditunjukkan di tabel 4.17 dibawah ini :

Tabel 4.17
Hasil Pengolahan Data Untuk Variabel Keputusan Pembelian Konsumen

No	Indikator	Skor Penilaian Atmosphere Toko	Kategori Penilaian Atmosphere Toko

1	Pengenalan Kebutuhan • Setelah melihat atmosphere toko yang ada pada clothing airplane system bandung membuat anda menyempatkan waktu untuk membeli produk tersebut • Setelah melihat atmosphere toko airplane system, saya menyadari keberadaan produk airplane sytem tersebut • Atmosphere toko yang ada pada airplane system mempengaruhi tanggapan (positif) anda terhadap produk tersebut	325	Tinggi
2	Pencarian Informasi • Informasi yang di dapat sesuai dengan yang di berikan • Setelah melihat atmosphere toko clothing airplane system bandung, dapat membangkitkan perasaan dan emosi positif atas informasi yang disampaikan	326	Cukup
3	Evaluasi Alternatif • Atmosphere toko airplane system memberikan kesan (*image*) produk yang baik di mata anda • Harga yang ditawarkan sesuai	328	Tinggi

	dengan kemampuan anda untuk membelinya		
4	Keputusan Pembelian • Setelah melihat atmosphere toko clothing airplane system bandung, saya cenderung untuk melakukan pembelian produk tersebut • Penampilan toko clothing airplane system mendorong anda untuk membeli produk airplane system tersebut • Penampilan toko clothing airplane system mempengaruhi anda untuk menggunakan produk tersebut	336	Cukup
5	Perilaku Pasca Pembelian • Tingkat kepuasan yang dirasakan setelah menggunakan produk clothing airplane system sesuai dengan informasi yang didapatkan • Setelah menggunakan produk clothing airplane system anda mendapatkan kepuasan sesuai dengan harapan anda	320	Tinggi
Rata-rata		**327**	**Tinggi**

Sumber : Data primer yang telah diolah.

Berdasarkan hasil *scoring* pada tabel 4.17 diatas menunjukkan

atmosphere toko yang ada pada clothing airplane system bandung secara rata-rata skor sebesar 327 berada dalam kategori tinggi. Berarti clothing airplane system bandung telah memperhatikan program atmosphere toko dan memenuhi beberapa faktor atmosphere toko.

Di bawah ini ditampilkan hasil pengolahan kuesioner tentang atmosphere toko, yang meliputi :

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Setelah Melihat Atmosphere Toko Clothing Airplane System Bandung Yang Membuatnya Menyempatkan Waktu Untuk Membeli Produk Tersebut

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	6	6,7 %
Setuju	60	66,7 %
Cukup	23	25,6 %
Tidak setuju	1	1,1 %
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100 %

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas tanggapan responden terhadap keunikan dan kemenarikan desain interior ruangan yang menjawab sangat setuju sebanyak 6,7 %, setuju 66,7 % , cukup 25,6 % dan tidak setuju 1,1 %.

Dengan demikian mayoritas responden menyatakan bahwa keunikan dan kemenarikan desain interior ruangan clothing airplane system Bandung dinilai setuju.

Tabel 4.19
Tanggapan Responden Terhadap Keberadaan Produk Clothing Airplane System Bandung

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	7	7,8 %
Setuju	50	55,6 %
Cukup	29	32,2 %
Tidak setuju	4	4,4 %
Sangat tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100 %

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap daya tarik dan kejelasan papan nama yang menjawab sangat setuju sebesar 7,8 %, setuju sebesar 55,6 %, cukup sebesar 32,2 %, Dan tidak setuju sebesar 4,4 %. Dengan demikian mayoritas responden mengatakan bahwa daya tarik dan kejelasan papan nama clothing airplane system Bandung dinilai Setuju.

Tabel 4.20
Tanggapan Responden Terhadap Atmosphere Toko Bisa Mempengaruhi Tanggapan Positif Terhadap Produk Clothing Airplane System Bandung

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	6	6,7 %
Setuju	31	34,4 %
Cukup	44	48,9 %
Tidak setuju	8	8,9 %
Sangat tidak setuju	1	1,1 %
Jumlah	90	100 %

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap penataan layout clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 6,7 %, setuju sebesar 34,4 %, cukup sebesar 48,9 %, tidak setuju sebesar 8,9 %, dan sangat tidak setuju sebesar 1,1 %. Dengan demikian mayoritas responden mengatakan bahwa penataan layout clothing airplane system Bandung di nilai cukup.

Tabel 4.21
Tanggapan Responden Terhadap Informasi Yang Di Dapat Sesuai Dengan Yang Diberikan Clothing Airplane System Bandung

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	7	7,8 %
Setuju	46	51,1 %
Cukup	33	36,7 %
Tidak setuju	4	4,4 %
Sangat Tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap kesesuaian pencahayaan di dalam ruangan clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 7,8 %, menyatakan setuju sebesar 51,1 % menyatakan cukup sebesar 36,7 %, dan menyatakan tidak setuju sebesar 4,4 %. Jadi mayoritas responden yang menyatakan kesesuaian pencahayaan di dalam ruangan clothing airplane system Bandung di nilai setuju.

Tabel 4.22
Tanggapan Responden Terhadap Perasaan Dan Emosi Positif Atas Informasi Yang Disampaikan Oleh Clothing Airplane System Bandung

Kriteria	Frekuensi	Persentase

Sangat setuju	9	10,0 %
Setuju	44	48,9 %
Cukup	33	36,7 %
Tidak setuju	4	4,4 %
Sangat Tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap daya tarik warna interior dinding toko clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 10,0 %, menyatakan setuju sebesar 48,9 % menyatakan cukup sebesar 36,7 %, dan menyatakan tidak setuju sebesar 4,4 %. Jadi mayoritas responden yang menyatakan daya tarik warna interior dinding toko clothing airplane system Bandung di nilai setuju.

Tabel 4.23
Tanggapan Responden Terhadap Atmosphere Toko Dapat memberikan kesan Produk Yang Baik Di Mata Responden

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	7	7,8 %
Setuju	50	55,6 %
Cukup	31	34,4 %
Tidak setuju	2	2,2 %
Sangat Tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap kejelasan volume musik clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 7,8 %, menyatakan setuju sebesar 55,6 % menyatakan cukup sebesar 34,4 %, dan menyatakan tidak setuju sebesar 2,2 %. Jadi mayoritas responden yang menyatakan kejelasan volume musik clothing airplane system Bandung di nilai setuju.

Tabel 4.24
Tanggapan Responden Terhadap Harga Yang Di Tawarkan Sesuai Dengan Kemampuan Responden Untuk Membeli

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	6	6,7 %
Setuju	60	66,7 %
Cukup	23	25,6 %
Tidak setuju	1	1,1 %
Sangat Tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap kesesuaian musik latar clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 6,7 %, menyatakan setuju sebesar 66,7 % menyatakan cukup sebesar 25,6 %, dan menyatakan tidak setuju sebesar 1,1 %. Jadi mayoritas responden yang menyatakan kesesuaian musik latar clothing airplane system Bandung di nilai setuju.

Tabel 4.25
Tanggapan Responden Terhadap Kecenderungan Untuk Melakukan Pembelian Produk Clothing Airplane System Bandung

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	7	7,8 %
Setuju	50	55,6 %
Cukup	29	32,2 %
Tidak setuju	4	4,4 %
Sangat Tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap kenyamanan temperature suhu udara di dalam ruangan clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 7,8 %, menyatakan setuju sebesar 55,6 % menyatakan cukup sebesar 32,2 %, dan menyatakan tidak setuju sebesar 4,4 %. Jadi mayoritas responden yang menyatakan kenyamanan temperature suhu udara di dalam ruangan clothing airplane system Bandung di nilai setuju.

Tabel 4.26
Tanggapan Responden Terhadap Penampilan Toko Yang dapat Mendorong Responden Untuk Membeli Produk Airplane System

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	6	6,7 %
Setuju	31	34,4 %
Cukup	44	48,9 %
Tidak setuju	8	8,9 %
Sangat Tidak setuju	1	1,1 %
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap Aroma suasana toko clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 6,7 %, menyatakan setuju sebesar 34,4 % menyatakan cukup sebesar 48,9 %, menyatakan tidak setuju sebesar 8,9 %. Dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebesar 1,1 %. Jadi mayoritas responden yang menyatakan aroma suasana toko clothing airplane system Bandung di nilai cukup.

Tabel 4.27
Tanggapan Responden Terhadap Penampilan Toko Airplane Dapat Mempengaruhi Responden untuk Menggunakan Produk Airplane

System

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	7	7,8 %
Setuju	46	51,1 %
Cukup	33	36,7 %
Tidak setuju	4	4,4 %
Sangat Tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap kebersihan suasana toko clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 7,8 %, menyatakan setuju sebesar 51,1 % menyatakan cukup sebesar 36,7 %, dan menyatakan tidak setuju sebesar 4,4 %. Jadi mayoritas responden yang menyatakan kebersihan suasana toko clothing airplane system Bandung di nilai setuju.

Tabel 4.28
Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Kepuasan Yang Di Rasakan Setelah Menggunakan Produk Airplane System Sesuai Dengan Informasi Yang Di Dapatkan

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	7	7,8 %
Setuju	46	51,1 %
Cukup	33	36,7 %
Tidak setuju	4	4,4 %
Sangat Tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap kebersihan suasana toko clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 7,8 %, menyatakan setuju sebesar 51,1 % menyatakan cukup sebesar 36,7 %, dan menyatakan tidak setuju sebesar 4,4

%. Jadi mayoritas responden yang menyatakan kebersihan suasana toko clothing airplane system Bandung di nilai setuju.

Tabel 4.29
Tanggapan Responden Setelah Menggunakan Produk Airplane System Responden Mendapatkan Kepuasan Sesuai Dengan Harapan

Kriteria	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	7	7,8 %
Setuju	46	51,1 %
Cukup	33	36,7 %
Tidak setuju	4	4,4 %
Sangat Tidak setuju	-	-
Jumlah	90	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah

Dilihat dari tabel diatas dapat diperoleh tanggapan responden terhadap kebersihan suasana toko clothing airplane system bandung yang menjawab sangat setuju sebesar 7,8 %, menyatakan setuju sebesar 51,1 % menyatakan cukup sebesar 36,7 %, dan menyatakan tidak setuju sebesar 4,4 %. Jadi mayoritas responden yang menyatakan kebersihan suasana toko clothing airplane system Bandung di nilai setuju.

4.2.2. Hasil Uji Analisis (Kuantitatif)

4.2.2.1 Pengaruh Atmosphere Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Clothing Airplane Syetem Bandung

Setelah mengetahui tentang atmosphere toko dan keputusan

pembelian konsumen pada clothing airplane system Bandung, selanjutnya akan diukur bagaimana tingkat hubungan antara atmosphere toko dan keputusan pembelian konsumen pada clothing airplane system Bandung, seberapa besar pengaruh atmosphere toko terhadap keputusan pembelian pada clothing airplane system Bandung, dan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis statistik.

1. Perhitungan Korelasi Rank Spearmen

Korelasi *rank spearmen* digunakan untuk mengolah data jika datanya berbentuk ordinal. Dari hasil penyebaran kuesioner, kemudian ditabulasikan dan diolah dengan menggunakan program *SPSS 15.00 For Windows* yang dijadikan sebagai input data yang kemudian diproses menjadi output berupa informasi.

Adapun analisis dengan menggumakan *SPSS 15.00 For Windows* seperti dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.30
Koefisien Korelasi Rank Spearmen
Correlations

			Atmosphere_toko	Keputusan_pembelian_konsumen
Spearman's rho	Atmosphere_toko	Correlation Coefficient	1.000	.440(**)
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	90	90
	Keputusan_pembelian_konsumen	Correlation Coefficient	.440(**)	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	90	90

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Angka pada output antara atmosphere toko dan keputusan pembelian konsumen yang menghasilkan angka +0.440. angka tersebut menunjukan korelasi cukup antara atmosphere toko dengan keputusan pembelian konsumen. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tebel berikut:

Tabel 4.25
Interprestasi Tingkat Hubungan Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2004:214)

Tanda + (positif) menunjukan bahwa semakin baik atmosphere toko yang dilakukan maka semakin baik pula keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian sebaliknya semakin buruk atmosphere toko yang dilakukan maka semakin buruk pula keputusan pembelian konsumen. Korelasi antara atmosphere toko dengan keputusan pembelian konsumen adalah signifikan (probabilitas adalah 0.000 yang jauh di bawah 0.05), yang artinya adanya hubungan yang benar-benar signifikan antara atmosphere

toko dengan keputusan pembelian konsumen.

2. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar atmosphere toko (variabel X) mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (variabel Y), maka dilakukan analisis koefisien determinasi (Kd) sebagai berikut :

$Kd = r^2 \times 100\ \%$

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

Maka : $Kd = r^2 \times 100\ \%$

$Kd = (0.440)^2 \times 100\ \%$

$Kd = 19.36\ \%$

Kesimpulan :

Dari hasil perhitungan diperoleh koefisien determinasi (Kd) sebesar 19.36 %. Angka tersebut berarti besarnya pengaruh atmosphere toko terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 19.36 %. Sedangkan sisanya, yaitu 80.64 %, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis seperti lokasi toko, pelayanan, merchandising, metode promosi dan lain-lain. Angka koefisien sebesar 19.36% diperoleh karena atmosphere toko yang dilakukan Airplane System telah meningkatakan keputusan pembelian konsumen.

3. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah penelitian yang dilakukan menolak atau menerima hipotesis. Sedangkan hipotesis yang digunakan oleh penulis adalah hipotesis nol (Ho) dan hipotesis satu (H1).

Pengujian hipotesis akan diuraikan sebagai berikut :

H0 : $\rho = 0$; Ho ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara atmosphere toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada clothing airplane system Bandung.

H1 : $\rho \neq 0$; H1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara atmosphere toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada clothing airplane system Bandung.

Untuk mengetahui ditolak atau tidaknya dapat dinyatakan dengan kriteria sebagai berikut :

Bila t hitung > t tabel, maka H0 ditolak dan H1 diterima.

Bila t hitung < t tabel, maka H0 diterima dan H1 ditolak.

Untuk menguji hipotesis yang penulis kemukakan dapat diterima, maka dilakukan pengujian uji t dengan persamaan di bawah ini :

$$t = r \frac{\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1- r^2}}$$

Keterangan :

t = Probabilitas

r = Koefisien Korelasi Pearson

n = Jumlah Responden.

Kriteria pengujian adalah Ho jika harga dari rumus di atas (t hitung)

yang didapat dari tabel distribusi *t* dengan ά = 0.05 (5%) untuk mengetahui diterima atau ditolak, dinyatakan melalui kriteria yang sesuai dengan yang dikemukakan oleh **Husein Umar (2000 : 316-317)** yaitu :

- Jika t tabel > t hitung

  Maka Ho ada pada daerah penerimaan, beraati H1 diterima atau atmosphere toko tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

- Jika t tabel < t hitung

  Maka Ho terdapat pada daerah penolakan, berarti H1 diterima atau atmosphere toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Di bawah ini adalah penghitungan uji signifikasi :

$$t = r \frac{\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{1- r^2}}$$

$$t = 0.440 \frac{\sqrt{(90 - 2)}}{\sqrt{1 - 0.440^2}}$$

$$t = 0.440 \frac{\sqrt{88}}{\sqrt{1-0.1936}}$$

$$t= 0.440 \frac{\sqrt{88}}{\sqrt{0.8064}}$$

$$t= 0.44 \frac{\sqrt{109.126984}}{(10.446386175)}$$

$$t= 4.596$$

Uraian pengujian hioptesis sebagai berikut :

Rs = 0.440

ά = 0.05

n = 90

Derajat kebebasan (dk) = n-2

= 90 – 2 = 88

Karena dk = 88 terletak antara 60 – 120 dilihat dari hasil t tabel, maka untuk mendapatkan nilai t tabel harus dilakukan interpolasi dengan rumus sebagai berikut :

$$T88 = t60 - \frac{dk - 60}{120 - 60} (t60 - t120)$$

$$T88 = 2.00 - \frac{88 - 60}{120 - 60} (2.00 - 1,98)$$

$T88 = 2.00 - 0,467\ (0.02)$

$T88 = 1,533 - 0,0093$

$T88 = 1,5237$ dibulatkan menjadi 1,523

t hitung > t tabel = 4.596> 1,523

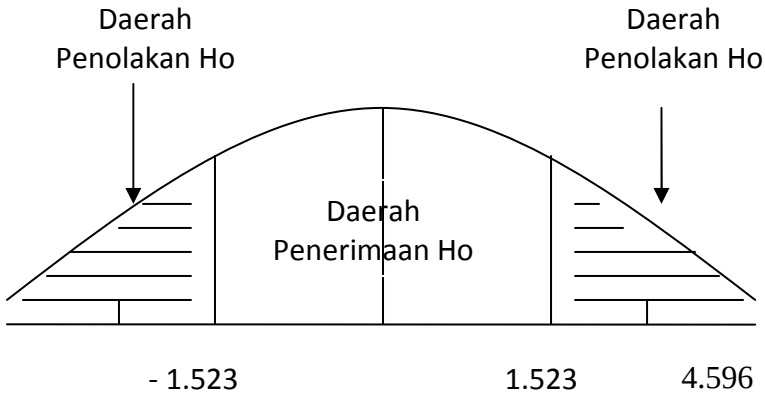
Kriteria :

Bila t hitung < t tabel, maka Ho diterima

Bila t hitung > t tabel, maka Ho ditolak

T hitung (4.596) > t tabel (1.523) maka Ho ditolak H1 diterima.

Dibawah ini adalah gambaran daerah penolakan Ho dan daerah penerimaan H1 :



Gambar 4.2

Kurva Hipotesis Daerah Penerimaan dan Penolakan

Pada dk = 88 nilai t tabel (ά = 0,05) dari hasil interpolasi = 1.523, sedangkan nilai t hitung = 4.596. maka t hitung > t tabel yaitu dengan nilai 4.596> 1,523, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa " terdapat pengaruh yang signifikan antara atmosphere toko terhadap keputusan pembelian konsumen clothing airplane system Bandung. Hal ini didukung teori Lupiyoadi (2001:108)