BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Perusahaan

The Oasis Factory Outlet merupakan perusahaan yang bergerak di bidang ritel yang berdiri pada bulan November 2002, dan berlokasi di Jalan Laksamana Laut R.E Martadinata No 51. The Oasis Factory Outlet menyadiakan berbagai macam pakaian, diantaranya: Pakaian Wanita, Pakaian Pria, Pakaian Anak, dan *Accessoris*. Tidak hanya pakaian yang dijual di The Oasis Factory Outlet berbagai macam merk tas juga dijual disini. Pemilik mendirikan *factory outlet* di Jalan Laksaman Laut R.E Martadinata atau yang sering kita kenal dengan nama Jalan Riau, disebabkan karena jalan Jalan Riau ini jalan protokol di Bandung dan sangat strategis karena berada di pusat kota. Ini terbukti dari banyaknya *factory outlet-factory outlet* yang berdiri di sepanjang Jalan Riau. Disamping itu, di lokasi ini mempunyai keunggulan, yaitu karena letaknya yang strategis membuat *factory outlet* ini mudah dijangkau oleh semua target pasar.

The Oasis Factory Outlet ini mempunyai ciri khas tersendiri seperti produk-produk yang ditawarkan beraneka ragam dan jenisnya serta harganya yang terjangkau sehingga dapat masuk ke segala segmen di kalangan konsumen. Meskipun The Oasis Factory Outlet merupakan perusahaan yang berdiri sendiri atau bentuk peseorangan dan tidak memiliki cabang, serta promosi yang dilakukan hanya pada voucher, billboard dan surat kabar, namun pengunjung yang

datang tidak kalah ramai dengan *factory outlet* lain yang sudah banyak memiliki cabang.

Selain itu, The Oasis Factory Outlet juga memiliki tempat parkir yang luas, dan fasilitas-fasilitas lain yang merupakan salah satu faktor yang dapat menunjang konsumen merasa nyaman dan tidak perlu mencari tempat parkir. Tidak hanya itu saja, The Oasis Factory Outlet juga mempunyai komitmen untuk memberikan kualitas produk dan pelayanan yang bagus kepada para pengunjung yang datang sehingga para pengunjung akan merasa nyaman dari saat mereka datang sampai pada saat mereka melakukan pembelian. Adapun visi dan misi The Oasis Factory Outlet yaitu sebagai berikut:

Visi The Oasis Factory Outlet

- untuk masyarakat agar mendapatkan barang yang bagus dan berkualitas.
- mampu menyediakan kebutuhan *fashion* yang *up to date* dengan harga yang terjangkau.

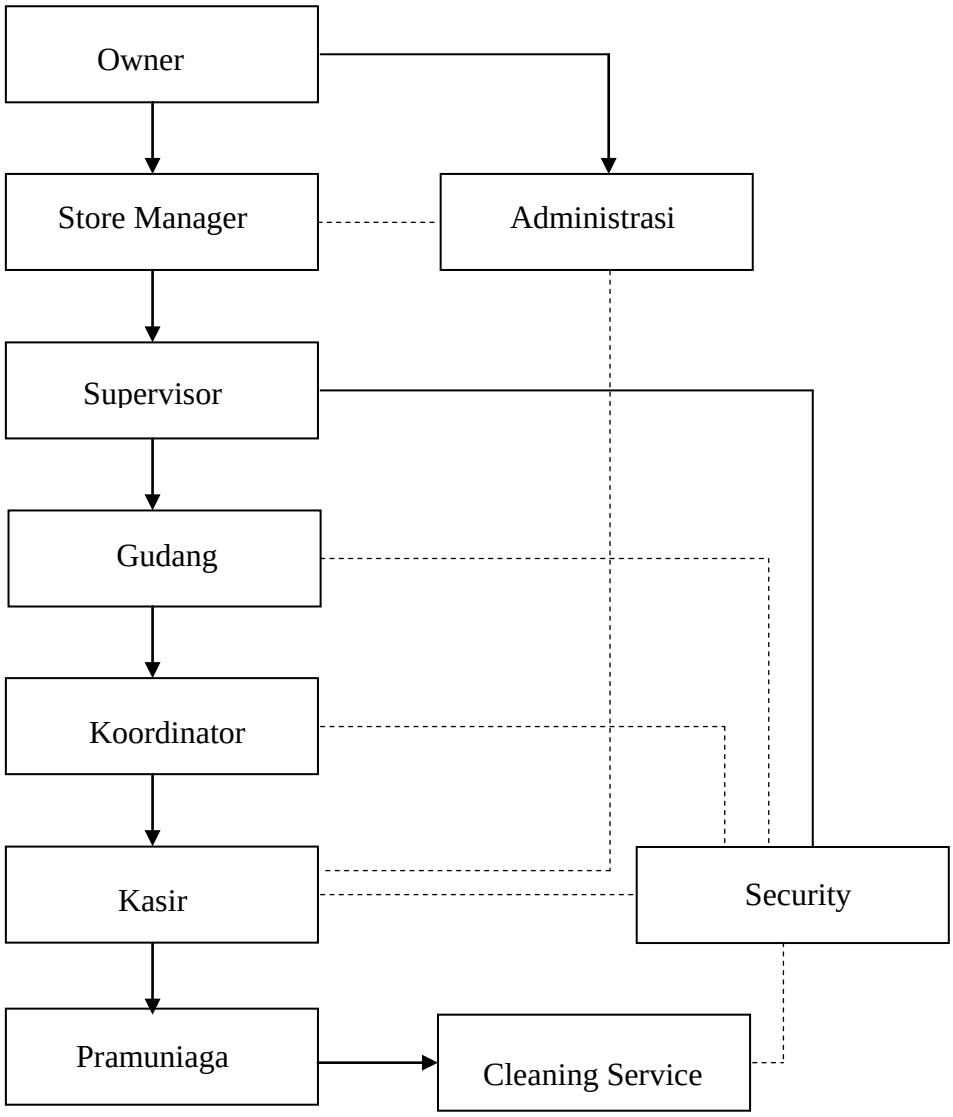
Misi The Oasis Factory Outlet

- Menyediakan kualitas pakaian yang baik.
- Menghadirkan fashion dengan harga yang terjangkau.

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur yang terdapat pada setiap organisasi pada dasarnya merupakan kerangka pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab dari pegawai yang melaksanakan pekerjaan. Setiap unsur-unsur harus dibuat dan untuk ditaati sebaik-baiknya, sebagai pertimbangan tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan.

Kejelasan dari struktur ini didapat dalam satu organisasi dan dapat diketahui hubungan kerjanya secara fungsional antara satu bagian dengan badian lainnya. Struktur organisasi The Oasis Factory Outlet dapat dilihat pada pada Gambar 4.1 dibawah ini.



Sumber: Data internal The Oasis Factroy Outlet Bandung

Gambar 4.1 Struktur Organisasi The Oasis Factory Outlet Bandung

4.1.3 Uraian Tugas *(Job Description)*

Pada The Oasis Factory Outlet Bandung dijabarkan uraian tugas untuk mengetahui wewenang, tugas pokok, dan tanggung jawab masing-masing jabatan, yaitu sebagai berikut:

1. **Owner/Pemilik**

   Garis kewenangan dan Tanggung Jawab:

   a. Sebagai pemimpin perusahan dan penentu arah jalannya perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
   b. Memiliki kuasa penuh atas perusahaan.
   c. Memegang keputusan tertinggi dalam perusahaan.

   Tugas dan Tanggung Jawab:

   a. Memberikan perintah bagi para staff untuk menjalankan tugasnya masing-masing sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
   b. Mengawasi dan mengontrol jalannya proses kinerja perusahaan secara rutin.
   c. Menentukan kebijakan keuangan bagi perusahaan.
   d. Menentukan strategi-strategi yang tepat bagi suatu perusahaan.
   e. Mengevaluasi kinerja perusahaan secara keseluruhan dan melakukan pembenahan atau perbaikan.

2. **Store Manager**

   Garis kewenangan dan Tanggung Jawab:

   a. Mendapat perintah dari pimpinan untuk merencanakan, mengendalikan dan mengevaluasi kegiatan operasional store yang di pimpinnya.

b. Membawahi seluruh bagian yang berada langsung dibawahnya.
c. Berkoordinasi dengan kepala departemen lainnya.

Tugas dan Tanggung Jawab:

a. Bertanggung jawab atas pengelolaan SDM dan asset perusahaan.
b. Bekerja teratur sesuai dengan jadwal kerja yang telah ditetapkan.
c. Mengkoordinasikan semua potensi departemen di bawahnya guna melakukan fungsinya masing-masing secara tepat, guna pencapaian target, efisiensi biaya, pengontrolan stock dan penyusutannya, mengembangkan cara pelayanan pelanggan yang baik, ketertiban administrasi serta menciptakan kenyamanan, keamanan dan kepuasan bagi pelanggan.
d. Memformulasikan budget yang telah diberikan oleh pimpinan kepada kepala departemen masing-masing.
e. Menyusun laporan perkembangan store secara periodik sebagai bentuk aktualisasi dari budget dan program kerja yang dibuat sebelumnya.
f. Mensosialisasikan visi, misi dan kebijakan strategis perusahaan kepada semua lini dibawah koordinasinya.
g. Merubah lay out counter dengan pertimbangan untuk peningkatan omset dan keindahan tata letak ruang dengan koordinasi dengan pimpinan.
h. Memberikan input, informasi dan gagasan yang positif untuk kemajuan store.

i. Berwenang menyetujui pembelian, pengeluaran dan investasi terkait kebutuhan operasional tiap divisi baik yang tercermin pada program kerja dan budget sesuai prosedur dan jumlah nominalyang ditetapkan.

j. Melaksanakan penugasan khusus yang diberikan oleh pimpinan terkait dengan pekerjaan dan keahliannya.

3. Supervisor

Garis kewenangan dan Tanggung Jawab:

a. Mendapatkan perintah dari store manager untuk melaksanakan dan mengawasi kegiatan operasional store yang berkaitan dengan counter, kasir, gudang, security, displayer yang dikoordinasikaannya.

b. Membawahi kepalakasir, kepala gudang, kepala counter, security, dan displayer yang berada langsung dibawahnya.

Tugas dan Tanggung Jawab:

a. Bertanggung jawab atas kinerja kepala kasir, kepala gudang, kepala counter, security, dan displayer yang berada langsung dibawah koordinasinya.

b. Bekerja teratur sesuai dengan jadwal kerja yang telah ditetapkan.

c. Menyediakan pelayanan yang baik, ramah dan santun kepada seluruh pelanggan.

d. Mengkoordinasikan semua potensi kepala kasir, kepala gudang, kepala counter, security, dan displayer dibawahnya untuk melakukan fungsinya masing-masing.

e. Melakukan evaluasi kinerja dan pengawasan atas kegiatan yang dilakukan kepala kasir, kepala gudang, kepala counter, security, dan displayer yang berada dibawahnya secara periodik.

4. Administrasi

Tugas dan Tanggung Jawab:

a. Mengeluarkan surat edaran resmi dari toko
b. Mencatat absen kehadiran karyawan
c. Membuat laporan pertanggungjawaban absen kehadiran karyawan setiap bulannya.
d. Membuat stock keluar dan masuknya barang.
e. Membuat laporan keuangan toko.

5. Gudang

Garis Kewenangan dan Tanggung Jawab:

a. Mendapatkan tugas dari store manager untuk melaksanakan fungsi penerimaan, pendistribusian dan penyimpanan barang.
b. Berkoordinasi dengan supervisor dan bagian lain yang terkait dengan tugasnya.

Tugas dan Tanggung Jawab:

a. Bertanggung jawab atas kinerja staffnya dan pengeloalaan asset yang berada/yang digunakan dalam gudang.
b. Mengkoordinasikan staffnya untuk melakukan penerimaan barang dari supplier sesuai dengan standart pemeriksaan yang telah ditetapkan.
c. Mengatur sistem penataan yang rapi sesuai dengan kategori produk.

d. Membuat daftar permintaan barang yang harus dipesan berdasarkan posisi stock minimun dan perputaran stock yang diminta.
e. Mengkoordinasikan staffnya untuk meminimalkan tingkat kerusakan barang yang disebabkan kesalahan penerimaan barang, penyimpanan ataupun penataan barang.
f. Melakukan pekerjaan dengan cara yang aman dan mengutamakan keselamatan kerja.
g. Mengamankan dan menjaga kebersihan area kerja.

6. Koordinator

Tugas dan Tanggung Jawab:

a. Mengkoordinator semua kegiatan operasional yang berada di bawah tanggungjawabnya, seperti order, stok penjualan, *display*, penjualan, kebersihan, kenyamanan, keamanan serta kepuasan konsumen
b. Melaporkan pelaksanaan tugas kepada supervisor, memberikan layanan informasi dari supervisor ke anggota perusahaan lainnya.

7. Kasir

Garis Kewenangan dan Tanggung Jawab:

a. Melaksanakan fungsi penerimaan keuangan dari penjualan.
b. Berkoordinasi dengan store manager, supervisor dan bagian lain yang terkait dengan tugasnya.

Tugas dan Tanggung Jawab:

a. Bekerja teratur sesuai dengan jadwal kerja yang ditetapkan.

b. Menyediakan pelayanan yang baik, ramah, dan santun kepada seluruh pelanggan.
c. Bertanggung jawab atas keuangan/omset perusahaan yang diterimanya pada saat transaksi penjualan.
d. Menjaga kebersihan, kerapihan dan kenyamanan di area kasir.
e. Menerima pembayaran atas pembelian customer dengan teliti baik untuk pembayaran tunai, debit card maupun credit card.
f. Menyimpan dengan rapih keuangan yang diterimanya dalam cash drawer.
g. Menghitung dengan teliti uang hasil omset sebelum diserahkan pada kepala kasir/supervisor untuk dicocokan dengan hasil print out penjualan dan membuat laporan hasil penjualan toko setiap harinya.

8. Pramuniaga

Garis Kewenangan dan Tanggung Jawab:

a. Mendapatkan tugas dari kepala counter untuk melaksanakan penjualan.
b. Berkoordinasi dengan kepala counter dan SPG lainnya terkait dengan tugasnya.

Tugas dan Tanggung Jawab:

a. Bekerja teratur sesuai dengan jadwal kerja yang telah ditetapkan.
b. Menyediakan pelayanan yang baik, ramah dan santun kepada seluruh pelanggan.
c. Menata barang yang ada di rak.
d. Melakukan fungsi pencatatan stock yang berada di counternya.

e. Menangani dengan cepat barang-barang yang kotor/cacat.

f. Melaksanakan penugasan khusus yang diberikan oleh supervisor/manajemen yang berada diatasnya terkait dengan pekerjaan dan keahliannya.

9. *Cleaning Service*

Tugas dan Tanggung Jawab:

a. Menyapu lantai, mengepel, membersihkan kaca jendela, membersihkan kamar mandi, dan merawat fasilitas gedung.

b. Merapihkan barang-barang sesuai dengan tempatnya agar mudah dilihat oleh konsumen.

4.1.4 Aktivitas Perusahaan

Kegiatan perusahaan di The Oasis Factory Outlet Bandung merupakan sebuah layanan atau tempat perusahaan oleh para konsumen untuk mendapatkan produk The Oasis Factory Outlet Bandung secara modern dan menyuguhkan berbagai pilihan jenis barang–barang yang diproduksi, selain menyuguhkan produk- produk sendiri perusahaan menyuguhkan barang-barang dai lain *partners* yang lebih memberikan banyaknya pilihan bagi para konsumen.

4.2. Pembahasan Penelitian

Bagian ini membahas mengenai uraian dan analisis data-data yang diperoleh dari data primer dan sekunder penelitian. Data primer penelitian ini adalah hasil kuesioner yang disebarkan kepada 100 Responden pada The Oasis Factory Outlet Bandung. Data tersebut merupakan data pokok dimana analisisnya

ditunjang oleh data-data sekunder yang analisisnya didapat dari hasil observasi di lapangan dan beberapa sumber pustaka untuk memperkuat dan memperdalam hasil analisis. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner terdiri dari dua macam, yaitu data responden dan data penelitian.

Data responden adalah seluruh identitas responden yang dipandang relevan dengan permasalahan yang diidentifikasi. Sedangkan data penelitian adalah sejumlah skor yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan atau pernyataan mengenai variabel penelitian, yaitu variabel X (*Store atmosphere* dan Gaya Hidup) dan variabel Y (Pembelian impulsif). Variabel tersebut dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi.

Data-data responden yang diperoleh melalui kuesioner dianalisis secara deskriptif. Data lain yang diperoleh dari studi pustaka akan digunakan sebagai data sekunder untuk melengkapi dan mendukung data primer. Analisis data deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai objek penelitian berdasarkan data dan variabel yang diperoleh dari kelompok subjek yang diteliti.

Jawaban responden atas sejumlah pertanyaan dan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner akan ditampilkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi.

4.2.1. Karateristik Responden

Di dalam penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui pengaruh *Store atmosphere* dan faktor Gaya Hidup terhadap Pembelian impulsif melalui penyebaran kuesioner kepada 100 Responden yang menjadi sampel penelitian. Pada analisis deskriptif ini, data responden dijelaskan melalui tabel

tunggal. Data responden dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang responden yang dapat dijadikan masukan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari penelitian. Analisis deskriptif data responden ini terdiri atas 3 tabel tunggal berisi data mengenai jenis kelamin,usia, Status, Pekerjaan Pengeluaran per bulan dan Berapa kali anda pergi ke *factory outlet* dalam sebulan.

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	f	%
1	Pria	39	39
2	Wanita	61	61
Jumlah		**100**	**100**

Sumber: hasil data yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas yang menjadi responden berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 61% dan sisanya pria sebanyak 39%. Jadi, mayoritas dalam penelitian ini adalah wanita yaitu sebesar 61%. Menurut Istijanto Oei seorang pengajar, periset dan konsultan bisnis Prasetiya Mulya (2010:1) wanita memang lebih sering pergi ke *mall, factory outlet,* maupun pusat-pusat perbelanjaan lainnya baik itu makan, berbelanja maupun hanya melihat-lihat saja.

Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan usia. Diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.2
Usia Responden

No	Usia	f	%
1	< 20 Tahun	25	25
2	21-30 Tahun	51	51
3	31-40 Tahun	12	12
4	41-50 Tahun	7	7
5	Di atas 50 Tahun	5	5
Jumlah		**100**	**100**

Sumber: hasil data yang diolah

Tabel di atas menunjukkan banyaknya responden berdasarkan usia. Responden usia <20 tahun sebanyak 25%, usia 21-30 tahun sebanyak 51%, usia 31-40 tahun sebanyak 12%, usia 41-50 tahun sebanyak 7% dan usia diatas 50 tahun sebanyak 5%. Mayoritas responden sebanyak 51% adalah responden yang berusia 21 sampai dengan 30 tahun dan paling sedikit adalah responden yang berusia diatas 50 tahun yaitu sebanyak 5 orang atau 5%.

Berikut ini karakteristik responden berdasarkan status. Diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.3
Status Responden

No	Status	f	%
1	**Menikah**	**26**	**26**
2	**Belum Menikah**	**74**	**74**
Jumlah		**100**	**100**

Sumber: hasil data yang diolah

Tabel di atas menunjukkan banyaknya responden berdasarkan Status. Mayoritas responden sebanyak 74 orang atau 74% adalah responden yang

berstatus belum menikah dan paling sedikit adalah responden yang berstatus menikah yaitu sebanyak 26 orang atau 26%.

Berikut ini adalah karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	f	%
1	Pegawai Negeri	0	0
2	Pegawai Swasta	20	20
3	Wiraswasta	13	13
4	Ibu Rumah Tangga	5	5
5	Pelajar/ Mahasiswa	62	62
6	Lainnya	0	0
Jumlah		100	100

Sumber: hasil data yang diolah

Tabel di atas menunjukkan banyaknya responden berdasarkan Pekerjaan yaitu pegawai negeri 0%, pegawai swasta 20%, wiraswasta 13%, ibu rumah tangga 5%, pelajar/mahasiswa 62%, lainnya 0%. Mayoritas responden sebanyak 62 orang atau 62% adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa dan paling sedikit adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga yaitu sebanyak 5 orang atau 5%.

Berikut ini karakteristik responden berdasarkan pengeluaran dalam satu bulan. Diketahui data sebagai berikut:

Tabel 4.5
Pengeluaran per bulan Responden

No	Pengeluaran per bulan	f	%
1	Di bawah 500.000,00	15	15
2	Rp. 500.000,00 – Rp. 1.000.000,00	29	29
3	Rp. 1.000.000,00 – Rp. 2.000.000,00	42	42
4	Rp. 2.000.000,00 – Rp. 4.000.000,00	14	14
5	Di atas Rp. 4.000.000,00	0	0
Jumlah		**100**	**100**

Sumber: hasil data yang diolah

Tabel di atas menunjukkan banyaknya responden berdasarkan Pengeluaran per bulan yaitu pengeluaran dalam satu bulan sibawah rp 500.000 sebesar 15%, rp 500.000-rp1.000.000 sebesar 29%, rp 1.000.000-rp 2.000.000 sebesar 42%, rp 2.000.000- rp 4.000.000 sebesar 14% dan diatas rp. 4.000.000 sebesar 0% . Mayoritas responden sebanyak 42 orang atau 42% adalah responden yang memiliki pengeluaran Rp. 1.000.000,00 – Rp. 2.000.000,00 dan paling sedikit adalah responden yang memiliki pengeluaran Rp. 2.000.000,00 – Rp. 4.000.000,00 yaitu sebanyak 14 orang atau 14%.

Berikut ini karakteristik responden berdasarkan frekuensi responden pergi ke *Factory Outlet* dalam satu bulan. Dapat diketahui data sebagai berikut:

Tabel 4.6
Kunjungan per Bulan Responden

No	Kunjungan per Bulan	f	%
1	1 kali	25	25
2	4 kali	48	48
3	8 kali	22	22
4	>10 kali	5	5
Jumlah		**100**	**100**

Sumber: hasil data yang diolah

Tabel di atas menunjukkan banyaknya responden berdasarkan Kunjungan per Bulan. Responden yang melakukan kunjungan per bulan ke factory outlet adalah 1 kali sebanyak 25%, 4 kali sebanyak 48%, 8 kali sebanyak 22% dan >10kali sebanyak 5%. Mayoritas responden sebanyak 48 orang atau 48% adalah responden yang telah berkunjung sebanyak 4 kali per bulan dan paling sedikit adalah responden yang telah berkunjung sebanyak >10 kali per bulan yaitu sebanyak 5 orang atau 5%.

4.3. Analisis Deskriptif

4.3.1 Tanggapan Responden Atas Store atmosphere di The Oasis Factory Outlet Bandung

1. Tanggapan Responden Terhadap tampak depan toko di The Oasis Factory Outlet Bandung

Hal yang akan diteliti mengenai *store atmosphere* adalah tentang tampak depan toko, yang mencakup:

1. Penyusunan barang di depan etalase

Agar lebih jelasnya mengenai tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7
Penyusunan Barang di Depan Etalase The Oasis factory outlet Bandung

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat menarik	4	4%
menarik	35	35%
Cukup menarik	50	50%
Tidak menarik	11	11%
Sangat Tidak menarik	0	0%
Total	**100**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa gambaran pendapat responden mengenai "penyusunan barang di depan etalase The Oasis factory outlet Bandung". Responden yang menjawab sangat menarik sebanyak (4%), menarik sebanyak (35%), cukup menarik sebanyak (50%), dan tidak menarik sebanyak (11%). Sebagian besar responden menjawab penyusunan barang di depan etalase yang di tampilkan oleh The Oasis factory outlet Bandung cukup menarik. Hal ini dikarenakan produk yang ditampilkan di depan etalase adalah baru dan belum pernah dilihat sebelumnya oleh konsumen.

Tabel 4.8
Skor Tanggapan Responden Terhadap tampak depan toko

No	Indikator	skor
1.	Penyusunan Barang di Depan Etalase	332
TOTAL		**332**

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.9
Skor Tanggapan Responden Terhadap tampak depan toko

Skor/Total	Skor dalam %
332	$\frac{332}{100\ x\ 5}\ x\ 100\% = 66{,}4\%$

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.10
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36%	• Sangat Tidak menarik
• 36% - < 52%	• Tidak menarik
• **52% - < 68%**	• **Cukup menarik**
• 68% - < 84%	• menarik
• 84% - < 100%	• Sangat menarik

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap tampak depan toko adalah sebesar 66,4%, hal itu berarti tanggapan menurut responden adalah cukup menarik, karena 66,4% itu dalam tabel 4.10 tentang kriteria persentase skor terhadap skor ideal ada diantara 52 %-<68%, maka hasilnya dinyatakan **cukup menarik**. Sebagian besar responden menjawab tampak depan toko yang di tampilkan oleh The Oasis factory outlet Bandung cukup menarik. Hal ini dikarenakan The Oasis factory outlet Bandung selalu memperlihatkan produk baru yang dapat menarik minat konsumen.

2. Tanggapan Responden Terhadap *Interior* toko di The Oasis Factory Outlet Bandung

Hal yang akan diteliti mengenai *store atmosphere* adalah tentang *interior* toko, yang mencakup:

1. Penataan dekorasi ruangan

   Agar lebih jelasnya mengenai tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11
Penataan dekorasi ruangan dalam The Oasis Factory Outlet Bandung

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat menarik	8	8%
Menarik	44	44%
Cukup menarik	33	33%
Tidak menarik	15	15%
Sangat Tidak menarik	0	0%
Total	**100**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa gambaran pendapat responden mengenai “Penataan dekorasi ruangan dalam The Oasis Factory Outlet Bandung”. Responden yang menjawab sangat menarik sebanyak (8%), menarik (44%), cukup menarik (33%), dan tidak menarik (15%). Sebagian besar responden menjawab penataan dekorasi ruangan dalam The Oasis Factory Outlet Bandung menarik. Hal ini dikarenakan susunan penataan dekorasi ruangan yang cukup fleksibel dapat memberikan daya tarik tersendiri dan mencerminkan citra toko.

Tabel 4.12
Skor Tanggapan Responden Terhadap *Interior* toko

No	Indikator	skor
1.	Penataan dekorasi ruangan	345
TOTAL		345

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.13
Skor Tanggapan Responden Terhadap *Interior* toko

Skor/Total	Skor dalam %
345	$\frac{345}{100\ x\ 5} x\ 100\% = 69\%$

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.14
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Krikteria
• 20% - < 36%	• Sangat Tidak menarik
• 36% - < 52%	• Tidak menarik
• 52% - < 68%	• Cukup menarik
• **68% - < 84%**	• **menarik**
• 84% - < 100%	• Sangat menarik

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap *interior* toko adalah sebesar 69%, hal itu berarti tanggapan menurut responden adalah cukup menarik, karena 69% itu dalam tabel 4.14 tentang kriteria persentase skor terhadap skor ideal ada diantara 68 %-<84%, maka hasilnya dinyatakan **menarik**. Sebagian besar responden menjawab *interior* toko The Oasis Factory Outlet Bandung menarik. Hal ini dikarenakan perpaduan

penggunaan material dan bahan yang tepat memberikan kesan serasi dan menyatu sehingga mendapat perhatian khusus yang akan memberikan kesan visual yang baik pula.

3. Responden Terhadap *store layout* di The Oasis Factory Outlet Bandung

Hal yang akan diteliti mengenai *store atmosphere* adalah tentang *store layout*, yang mencakup:

1. Kerapihan penataan barang
2. Kemenarikan media pembungkus

Agar lebih jelasnya mengenai tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.15
Kerapihan penataan barang di ruangan The Oasis Factory Outlet Bandung

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat rapih	11	11%
rapih	35	35%
Cukup rapih	38	38%
Tidak rapih	16	16%
Sangat Tidak rapih	0	0%
Total	**100**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa gambaran pendapat responden mengenai “Kerapihan penataan barang di ruangan The Oasis Factory Outlet Bandung”. Responden yang menjawab sangat rapih sebanyak (11%), rapih (35%), cukup rapih (38%), tidak rapih (16%). Sebagian besar responden menjawab kerapihan penataan barang di ruangan The Oasis Factory Outlet Bandung cukup rapih. Hal ini dikarenakan manajemen perusahaan selalu mengatur penggunaan

rak yang dipajang secara terbuka sehingga memudahkan konsumen untuk memilih dan melihat produk-produk yang hendak mereka beli.

Tabel 4.16

Kemenarikan media pembungkus pada The Oasis Factory Outlet Bandung

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat menarik	14	14%
menarik	38	38%
Cukup menarik	24	24%
Tidak menarik	20	20%
Sangat Tidak menarik	4	4%
Total	**100**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa gambaran pendapat responden mengenai “Kemenarikan media pembungkus pada The Oasis Factory Outlet Bandung”. Responden yang menjawab sangat menarik sebanyak (14%), menarik (38%), cukup menarik (24%), tidak menarik (20%), dan sangat tidak menarik (4%). Sebagian besar responden menjawab kemenarikan media pembungkus pada The Oasis Factory Outlet Bandung menarik. Hal ini dikarenakan selain berfungsi sebagai pengaman produk yang terdapat di dalamnya juga berfungsi sebagai media promosi dan informasi dari produk yang bersangkutan, sehingga akan memberikan nilai tersendiri sebagai daya tarik bagi konsumen.

Tabel 4.17

Skor Tanggapan Responden Terhadap *store layout*

No	Indikator	Skor
1.	Kerapihan penataan barang	341
2.	Kemenarikan media pembungkus	338
TOTAL		**679**

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.18
Skor Tanggapan Responden Terhadap *store layout*

Skor/Total	Skor dalam %
679	$\frac{679}{100\ x\ 5}\ x\ 100\% = 67{,}9\%$

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.19
Pengkategorian Skor Jawaban

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

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap *store layout* adalah sebesar 67,9%, hal itu berarti tanggapan menurut responden adalah cukup menarik, karena 67,9% itu dalam tabel 4.19 tentang kriteria persentase skor terhadap skor ideal ada diantara 52 %-

<68%, maka hasilnya dinyatakan **cukup menarik**. Sebagian besar responden menjawab *store layout* pada The Oasis Factory Outlet Bandung cukup menarik. Hal ini dikarenakan *layout* mempengaruhi berapa lama konsumen tinggal di toko, berapa banyak produk yang dilihat lewat kontak visual dan jarak yang harus dilalui konsumen.

4. Responden Terhadap *interior display* di The Oasis Factory Outlet Bandung

Hal yang akan diteliti mengenai *store atmosphere* adalah tentang *interior display* yang mencakup:

1. Pemasangan bermacam-macam poster
2. Penataan dekorasi barang

Agar lebih jelasnya mengenai tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.20

Pemasangan bemacam-macam poster di dalam toko The Oasis Factory Outlet Bandung

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat menarik	9	9%
menarik	57	57%
Cukup menarik	26	26%
Tidak menarik	8	8%
Sangat Tidak menarik	0	0%
Total	**100**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa gambaran pendapat responden mengenai "Pemasangan bemacam-macam poster di dalam toko The Oasis

Factory Outlet Bandung". Responden yang menjawab sangat menarik sebanyak (9%), menarik (57%), cukup menarik (26%), tidak menarik (8%). Sebagian besar responden menjawab pemasangan bemacam-macam poster di dalam toko The Oasis Factory Outlet Bandung menarik. Hal ini dikarenakan penggunaan warna-warni dari poster yang dominan menggunakan warna terang, serta penempatan poster di dekat jalur lalu lintas dalam ruangan ataupun dekat rak pajangan sehingga memudahkan konsumen untuk melihatnya.

Tabel 4.21

Penataan dekorasi barang dalam The Oasis Factory Outlet Bandung

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat menarik	5	5%
menarik	46	46%
Cukup menarik	31	31%
Tidak menarik	18	18%
Sangat Tidak menarik	0	0%
Total	**100**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa gambaran pendapat responden mengenai "Penataan dekorasi barang dalam The Oasis Factory Outlet Bandung". Responden yang menjawab sangat menarik sebanyak (5%), menarik (46%), cukup menarik (31%), tidak menarik (18%). Sebagian besar responden menjawab penataan dekorasi barang pada The Oasis Factory Outlet Bandung menarik. Hal ini dikarenakan penataan yang baik mulai dari kelompok, kategori dan seterusnya agar kelihatan elegan dan ekslusif sehingga mempermudah konsumen dalam berbelanja.

Tabel 4.22
Skor Tanggapan Responden Terhadap *interior display*

No	Indikator	Skor
1.	Pemasangan bermacam-macam poster	338
2.	Penataan dekorasi barang	367
TOTAL		**705**

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.23
Skor Tanggapan Responden Terhadap *Interior display*

Skor/Total	Skor dalam %
705	$\frac{705}{100\ x\ 5}\ x\ 100\% = 70{,}5\%$

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.24
Pengkategorian Skor Jawaban

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

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap *Interior display* adalah sebesar 70,5%, hal itu berarti tanggapan menurut responden adalah cukup menarik, karena 70,5% itu dalam tabel 4.24 tentang kriteria persentase skor terhadap skor ideal ada diantara 68 %-<84%, maka hasilnya dinyatakan **menarik**. Sebagian besar responden menjawab *Interior display* pada The Oasis Factory Outlet Bandung menarik. Hal

ini dikarenakan *Interior display* bertujuan untuk memberikan informasi pada konsumen yang berbelanja dan sebagai alat promosi memberikan rangkaian lengkap berbagai produk seperti pemasangan lengkap produk baju dan aksesorisnya pada manekin.

Tabel 4.25
Skor Tanggapan Responden Terhadap Store Atmosphere

pada The Oasis Factory Outlet Bandung

No	Indikator	Skor	(%)
1	Tampak depan toko	332	16,1
2	*interior* toko	345	16,74
3	*store layout*	679	32,95
4	*interior display*	705	34,2
Jumlah		2061	100

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.26
Skor Total Tanggapan responden
terhadapStore Atmosphere

Skor / Total	Skor dalam %
2061	$\frac{2061}{5 \times 6 \times 100\%} \times 100\% = 68,7\%$

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.27
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

Dari jumlah skor total yang diperoleh dari hasil tanggapan responden terhadap store atmosphere adalah sebesar 2061 dengan nilai skor dalam persentase sebesar 68,7 % dimana apabila kita lihat pada tabel 4.27 berada diantara 68% - <84% dengan kriteria **baik**. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap *store atmosphere* pada The Oasis factory outlet Bandung dinilai baik. Didasarkan pada tampak depan toko, *interior* toko, *store layout* dan *interior display* dinilai baik. Tampak depan toko dilinilai baik karena selalu memperlihatkan produk baru yang dapat menarik minat konsumen. *Interior* toko dinilai baik karena perpaduan penggunaan material dan bahan yang tepat memberikan kesan serasi dan menyatu sehingga mendapat perhatian khusus yang akan memberikan kesan visual yang baik pula. *Store layout* dinilai baik karena *layout* mempengaruhi berapa lama konsumen tinggal di toko, berapa banyak produk yang dilihat lewat kontak visual dan jarak yang harus dilalui konsumen. *Interior display* dinilai baik karena bertujuan untuk memberikan informasi pada konsumen yang berbelanja dan sebagai alat promosi memberikan rangkaian lengkap berbagai produk seperti pemasangan lengkap produk baju dan aksesorisnya pada manekin.

4.3.2 Tanggapan Responden Atas Gaya Hidup Konsumen The Oasis Factroy Outlet Bandung

1. Responden Terhadap *outer directed* di The Oasis Factory Outlet Bandung

Hal yang akan diteliti mengenai gaya hidup adalah tentang *outer directed*, yang mencakup:

1. Berbelanja berdasarkan sifat barang
2. Berbelanja berdasarkan ketentuan tertentu

Agar lebih jelasnya mengenai tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.28

Berbelanja di The Oasis Factory Outlet Bandung berdasarkan sifat barang

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	33	33%
Setuju	28	28%
Cukup Setuju	9	9%
Tidak Setuju	19	19%
Sangat Tidak Setuju	11	11%
Total	**100**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa gambaran pendapat responden mengenai "Berbelanja di The Oasis Factory Outlet Bandung berdasarkan sifat barang". Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak (33%), setuju (28%), cukup setuju (9%), tidak setuju (19%), dan sangat tidak setuju (11%). Sebagian besar responden menjawab sangat setuju berbelanja di The Oasis Factory Outlet

Bandung berdasarkan sifat barang. Hal ini dikarenakan barang yang dipajang di toko maupun barang yang ada dalam persediaan memiliki karakter yang berbeda, demikian juga dalam melakukan klasifikasi harus adanya penempatan dan penataan yang sesuai dengan sifatnya masing-masing untuk menghindari terjadinya dampak dari satu barang terhadap barang lainnya, selain itu memberikan kemudahan dalam pemeriksaan dan penggantian setiap barang.

Tabel 4.29
Berbelanja di The Oasis Factory Outlet Bandung berdasarkan ketentuan tertentu

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	4	4%
Setuju	25	25%
Cukup Setuju	36	36%
Tidak Setuju	20	20%
Sangat Tidak Setuju	15	15%
Total	**100**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa gambaran pendapat responden mengenai "Berbelanja di The Oasis Factory Outlet Bandung berdasarkan ketentuan tertentu". Responden yang menjawab sangat setuju (4%), setuju (25%), cukup setuju (36%), tidak setuju (20%), sangat tidak setuju (15%). Sebagian besar responden menjawab cukup setuju berbelanja di The Oasis Factory Outlet Bandung berdasarkan ketentuan tertentu. Hal ini dikarenakan setiap konsumen akan berusaha memperoleh kepuasan maksimal. Mereka akan berupaya meneruskan pembeliannya terhadap suatu produk apabila memperoleh kepuasan dari produk yang telah dikonsumsinya.

Tabel 4.30

Skor Tanggapan Responden Terhadap *outer directed*

No	Indikator	Skor
1.	Berbelanja berdasarkan sifat barang	353
2.	Berbelanja berdasarkan ketentuan tertentu	295
TOTAL		**648**

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.31
Skor Tanggapan Responden Terhadap *outer directed*

Skor/Total	Skor dalam %
648	$\frac{648}{100\ x\ 5} x\ 100\% = 64{,}8\%$

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.32
Pengkategorian Skor Jawaban

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

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap *outer directed* adalah sebesar 64,8%, hal itu berarti tanggapan menurut responden adalah cukup setuju, karena 64,8% itu dalam tabel 4.29 tentang kriteria persentase skor terhadap skor ideal ada diantara 52 %-<68%, maka hasilnya dinyatakan **cukup setuju**. Sebagian besar responden menjawab

cukup setuju terhadap *outer directed* pada The Oasis Factory Outlet Bandung. Hal ini dikarenakan semua kebutuhan dasar mereka terpenuhi dan mereka benar-benar bersenang-senang di dalamnya.

2. Responden Terhadap *inner directed* di The Oasis Factory Outlet Bandung

Hal yang akan diteliti mengenai gaya hidup adalah tentang *inner directed* yang mencakup:

1. Pergi berdasarkan keinginan orang lain
2. Berbelanja karena kehendak sendiri

Agar lebih jelasnya mengenai tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.33

Pergi ke The Oasis Factory Outlet Bandung berdasarkan keinginan orang lain

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	12	12%
Setuju	26	26%
Cukup Setuju	16	16%
Tidak Setuju	37	37%
Sangat Tidak Setuju	9	9%
Total	**100**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa gambaran pendapat responden mengenai "Pergi ke The Oasis Factory Outlet Bandung berdasarkan keinginan orang lain". Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak (12%), setuju (26%), cukup setuju (16%), tidak setuju (37%), sangat tidak setuju (9%). Sebagian besar responden menjawab tidak setuju pergi ke The Oasis Factory

Outlet Bandung berdasarkan keinginan orang lain. Hal ini dikarenakan ketika berbelanja terkadang harus berdesakan, berebut barang dengan orang lain atau mendengar wiraniaga yang sibuk bercanda sendiri dengan wiraniaga lain.

Tabel 4.34
Berbelanja ke The Oasis Factory Outlet Bandung karena kehendak sendiri

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	21	21%
Setuju	36	36%
Cukup Setuju	15	15%
Tidak Setuju	17	17%
Sangat Tidak Setuju	11	11%
Total	**100**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa gambaran pendapat responden mengenai "berbelanja ke The Oasis Factory Outlet Bandung karena kehendak sendiri". Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak (21%), setuju (36%), cukup setuju (15%), tidak setuju (17%), sangat tidak setuju (11%). Sebagian besar responden menjawab setuju berbelanja pada The Oasis Factory Outlet Bandung karena kehendak sendiri. Hal ini dikarenakan mereka dapat berlama-lama dalam toko mencari barang yang sesuai dengan keinginan tanpa memikirkan hal lain dan membeli barang yang disukai.

Tabel 4.35
Skor Tanggapan Responden Terhadap *inner directed*

No	Indikator	Skor
1.	Berbelanja berdasarkan sifat barang	339
2.	Berbelanja berdasarkan ketentuan tertentu	352
TOTAL		**691**

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.36
Skor Tanggapan Responden Terhadap *inner directed*

Skor/Total	Skor dalam %
691	$\frac{691}{100\ x\ 5} x\ 100\% = 69{,}1\%$

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.37
Pengkategorian Skor Jawaban

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

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap *inner directed* adalah sebesar 69,1%, hal itu berarti tanggapan menurut responden adalah cukup setuju, karena 69,1% itu dalam tabel 4.34 tentang kriteria persentase skor terhadap skor ideal ada diantara 68 %-<84%, maka hasilnya dinyatakan **setuju**. Sebagian

besar responden menjawab setuju terhadap *inner directed* pada The Oasis Factory Outlet Bandung. Hal ini dikarenakan terdapat perasaan menyenangkan, keyakinan dan emosi secara langsung berdampak pada pribadi konsumen dalam melakukan pembelian.

3. Responden Terhadap *need driven* di The Oasis Factory Outlet Bandung

Hal yang akan diteliti mengenai gaya hidup adalah tentang *need driven* yang mencakup:

1. Berbelanja untuk memenuhi kebutuhan
2. Berbelanja karena memerlukan barang tersebut

Agar lebih jelasnya mengenai tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.38
Berbelanja di The Oasis Factory Outlet Bandung untuk memenuhi kebutuhan

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	23	23%
Setuju	34	34%
Cukup Setuju	22	22%
Tidak Setuju	14	14%
Sangat Tidak Setuju	7	7%
Total	**100**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa gambaran pendapat responden mengenai "Berbelanja di The Oasis Factory Outlet Bandung untuk memenuhi kebutuhan". Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak (23%), setuju (34%), cukup setuju (22%), tidak setuju (14%), sangat tidak setuju (7%). Sebagian besar responden menjawab setuju berbelanja di The Oasis Factory Outlet Bandung

untuk memenuhi kebutuhan. Hal ini dikarenakan The Oasis factory outlet berusaha menyajikan kemudahan bagi setiap konsumen untuk berbelanja dan memenuhi rupa-rupa kebutuhan mereka dengan pemilihan barang berkualitas baik.

Tabel 4.39
Berbelanja di The Oasis Factory Outlet Bandung karena memerlukan barang tersebut

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	5	5%
Setuju	26	26%
Cukup Setuju	18	18%
Tidak Setuju	36	36%
Sangat Tidak Setuju	15	15%
Total	**100**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa gambaran pendapat responden mengenai “Berbelanja di The Oasis Factory Outlet Bandung karena memerlukan barang tersebut”. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak (5%), setuju (26%), cukup setuju (18%), tidak setuju (36%), sangat tidak setuju (15%). Sebagian besar responden menjawab setuju berbelanja di The Oasis Factory Outlet Bandung karena memerlukan barang tersebut. Hal ini dikarenakan konsumen sangat tertarik dan membutuhkan barang tersebut.

Tabel 4.40
Skor Tanggapan Responden Terhadap *need driven*

No	Indikator	Skor
1.	Berbelanja berdasarkan sifat barang	270
2.	Berbelanja berdasarkan ketentuan tertentu	283
TOTAL		**553**

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.41
Skor Tanggapan Responden Terhadap *need driven*

Skor/Total	Skor dalam %
553	$\frac{553}{100\ x\ 5} x\ 100\% = 55{,}3\%$

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.42
Pengkategorian Skor Jawaban

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

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap *need driven* adalah sebesar 55,3%, hal itu berarti tanggapan menurut responden adalah cukup setuju, karena 55,3% itu dalam tabel 4.39 tentang kriteria persentase skor terhadap skor ideal ada diantara 52%-<68%, maka hasilnya dinyatakan **cukup setuju**. Sebagian besar responden menjawab cukup

setuju terhadap *need driven* pada The Oasis Factory Outlet Bandung. Hal ini dikarenakan produk yang disediakan memenuhi apa yang di anggap sebagai manfaat minimum yang dapat diterima oleh konsumen, berupaya memenuhi kebutuhan tersembunyi konsumen, yaitu kebutuhan yang belum di sadari dan produk yang memberikan manfaat yang dapat menarik atau mempertahankan konsumen.

Tabel 4.43
Skor Tanggapan Responden Terhadap Gaya Hidup

pada The Oasis Factory Outlet Bandung

No	Indikator	Skor	(%)
1	Outer directed	648	34,24
2	*Inner directed*	691	36,52
3	*Need driven*	553	29,22
Jumlah		1892	100

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.44
Skor Total Tanggapan responden
Terhadap Gaya Hidup

Skor / Total	Skor dalam %
1892	$\frac{1892}{5 \times 6 \times 100\%} \times 100\% = 63,07\%$

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.45
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

Dari jumlah skor total yang diperoleh dari hasil tanggapan responden terhadap gaya hidup adalah sebesar 1892 dengan nilai skor dalam persentase sebesar 63,07 % dimana apabila kita lihat pada tabel 4.45 berada diantara 52% - <68% dengan kriteria **cukup baik**. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup yang pada The Oasis factory outlet Bandung dinilai cukup baik. Didasarkan pada *outer directed, inner directed* dan *need driven. Outer directed* dinilai cukup baik karena semua kebutuhan dasar mereka terpenuhi dan mereka benar-benar bersenang-senang di dalamnya. *Inner directed* dinilai cukup baik karena terdapat perasaan menyenangkan, keyakinan dan emosi secara langsung berdampak pada pribadi konsumen dalam melakukan pembelian. *Need driven* dinilai cukup baik karena produk yang disediakan memenuhi apa yang di anggap sebagai manfaat minimum yang dapat diterima oleh konsumen, berupaya memenuhi kebutuhan tersembunyi konsumen, yaitu kebutuhan yang belum di sadari dan produk yang memberikan manfaat yang dapat menarik atau mempertahankan konsumen.

4.3.3 Tanggapan Responden Atas Pembelian Impulsif Pada Konsumen The Oasis Factroy Outlet Bandung

1. Responden Terhadap aspek kognitif di The Oasis Factory Outlet Bandung

Hal yang akan diteliti mengenai pembelian impulsif adalah tentang aspek kognitif yang mencakup:

1. Berbelanja tanpa melakukan perencanaan
2. Berbelanja tidak berdasarkan pendapat orang lain

Agar lebih jelasnya mengenai tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.46
Berbelanja di The Oasis factory Outlet Bandung tanpa melakukan perencanaan

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	8	8%
Setuju	23	23%
Cukup Setuju	31	31%
Tidak Setuju	25	25%
Sangat Tidak Setuju	13	13%
Total	**100**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa gambaran pendapat responden mengenai "berbelanja di The Oasis factory Outlet Bandung tanpa melakukan perencanaan". Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak (8%), setuju (23%), cukup setuju (31%), tidak setuju (25%), sangat tidak setuju (13%). Sebagian besar responden menjawab cukup setuju berbelanja di The Oasis factory Outlet Bandung tanpa melakukan perencanaan. Hal ini dikarenakan para

konsumen saat ini berbelanja sedikit sekali menggunakan daftar belanja dan tidak dapat menolak pembelian yang disebabkan karena nafsu adanya diskon, obral, penempatan produk yang menarik, atau *voucher* belanja.

Tabel 4.47
Berbelanja di The Oasis Factory Outlet tidak berdasarkan pendapat orang lain

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	13	13%
Setuju	37	37%
Cukup Setuju	24	24%
Tidak Setuju	18	18%
Sangat Tidak Setuju	8	8%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa gambaran pendapat responden mengenai “Berbelanja di The Oasis Factory Outlet tidak berdasarkan pendapat orang lain”. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak (13%), setuju (37%), cukup setuju (24%), tidak setuju (18%), sangat tidak setuju (8%). Sebagian besar responden menjawab cukup setuju berbelanja di The Oasis Factory Outlet tidak berdasarkan pendapat orang lain. Hal ini dikarenakan adanya perbedaan selera dalam pemilihan produk dan perbedaan pendapat yang sering mengenai produk yang di lihat.

Tabel 4.48
Skor Tanggapan Responden Terhadap aspek kognitif

No	Indikator	Skor
1.	Berbelanja tanpa melakukan perencanaan	288
2.	Berbelanja tidak berdasarkan pendapat orang lain	329
TOTAL		**617**

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.49
Skor Tanggapan Responden Terhadap aspek kognitif

Skor/Total	Skor dalam %
617	$\frac{617}{100\ x\ 5} x\ 100\% = 61{,}7\%$

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.50
Pengkategorian Skor Jawaban

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

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap aspek kognitif adalah sebesar 61,7%, hal itu berarti tanggapan menurut responden adalah cukup setuju, karena 61,7% itu dalam tabel 4.44 tentang kriteria persentase skor terhadap skor ideal ada diantara 52% - < 68% maka hasilnya dinyatakan **cukup setuju**. Sebagian besar responden menjawab cukup

setuju terhadap aspek kognitif pada The Oasis Factory Outlet Bandung. Hal ini dikarenakan banyaknya produk yang ditawarkan oleh pihak The Oasis factory outlet sehingga membuat konsumen sering melakukan pembelian tanpa melakukan perencanaan.

2. Responden Terhadap aspek afektif di The Oasis Factory Outlet Bandung

Hal yang akan diteliti mengenai pembelian impulsif adalah tentang aspek afektif yang mencakup:

1. Berbelanja karena dorongan hati
2. Berbelanja karena keadaan darurat

Agar lebih jelasnya mengenai tanggapan responden, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.51
Berbelanja di The Oasis Factory Outlet Bandung karena dorongan hati

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	21	21%
Setuju	38	38%
Cukup Setuju	23	23%
Tidak Setuju	15	15%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Total	**100**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa gambaran pendapat responden mengenai "Berbelanja di The Oasis Factory Outlet Bandung karena dorongan hati". Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak (21%), setuju (38%), cukup setuju (23%), tidak setuju (15%), sangat tidak setuju (3%). Sebagian besar

responden menjawab setuju berbelanja di The Oasis Factory Outlet Bandung karena dorongan hati. Hal ini dikarenakan belanja membuat seseorang sangat bergairah untuk membeli sesuatu yang tidak dibutuhkan atau tidak dapat dimanfaatkannya.

Tabel 4.52
Anda melakukan pembelian di The Oasis Factory Outlet karena keadaan darurat

Tanggapan Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	23	23%
Setuju	39	39%
Cukup Setuju	27	27%
Tidak Setuju	8	8%
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Total	**100**	**100%**

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa gambaran pendapat responden mengenai “Anda melakukan pembelian di The Oasis Factory Outlet karena keadaan darurat”. Responden yang menjawab sangat setuju sebanyak (23%), setuju (39%), cukup setuju (27%), tidak setuju (8%), sangat tidak setuju (3%). Sebagian besar responden menjawab setuju melakukan pembelian di The Oasis Factory Outlet karena keadaan darurat. Hal ini dikarenakan adanya kecelakaan saat berbelanja seperti tumpahan minuman yang dapat membuat baju bernoda sehingga harus diganti secepatnya.

Tabel 4.53
Skor Tanggapan Responden Terhadap aspek afektif

No	Indikator	Skor
1.	Berbelanja karena dorongan hati	359
2.	Berbelanja karena keadaan darurat	371
TOTAL		**730**

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.54
Skor Tanggapan Responden Terhadap aspek afektif

Skor/Total	Skor dalam %
730	$\frac{730}{100\ x\ 5}\ x\ 100\% = 73\%$

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.55
Pengkategorian Skor Jawaban

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

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap aspek afektif adalah sebesar 73%, hal itu berarti tanggapan menurut responden adalah cukup setuju, karena 73% itu dalam tabel 4.49 tentang kriteria persentase skor terhadap skor ideal ada diantara 68 %-<84%, maka hasilnya dinyatakan **setuju.** Sebagian besar responden menjawab cukup setuju terhadap aspek afektif pada The Oasis Factory Outlet Bandung. Hal ini

dikarenakan adanya makna yang menunjukkan perasaan dan emosi yang ditunjukan konsumen dalam berbelanja.

Tabel 4.43
Skor Tanggapan Responden Terhadap Pembelian Impulsif pada The Oasis Factory Outlet Bandung

No	Indikator	Skor	(%)
1	Aspek kognitif	617	45,8
2	Aspek afektif	730	54,19
Jumlah		1347	100

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.44
Skor Total Tanggapan responden Terhadap Pembelian Impulsif

Skor / Total	Skor dalam %
1347	$\frac{1347}{5 \times 4 \times 100\%} \times 100\% = 67,35\%$

Sumber: data primer yang telah diolah

Tabel 4.45
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

Dari jumlah skor total yang diperoleh dari hasil tanggapan responden terhadap pembelian impulsif adalah sebesar 1347 dengan nilai skor dalam persentase sebesar 67,35 % dimana apabila kita lihat pada tabel 4.45 berada diantara 52% - <68% dengan kriteria **cukup baik**. Hal ini menunjukkan bahwa

pembelian impulsif pada The Oasis factory outlet Bandung dinilai cukup baik. Didasarkan pada aspek kognitif dan aspek afektif. Aspek kognitif dinilai cukup baik karena banyaknya produk yang ditawarkan oleh pihak The Oasis factory outlet sehingga membuat konsumen sering melakukan pembelian tanpa melakukan perencanaan. Aspek afektif dinilai cukup baik karena adanya makna yang menunjukkan perasaan dan emosi yang ditunjukan konsumen dalam berbelanja.

4.4. Analisis Verifikatif

4.4.1. Keterkaitan Antara Pengaruh Store atmosphere dan Faktor Gaya Hidup Terhadap Pembelian impulsif.

Sesuai dengan perumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis dan jenis data yang dikumpulkan maka metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan dan pengaruh langsung dari faktor Gaya Hidup dan internal yang meliputi : Store atmosphere (X_1) dan Faktor Gaya Hidup (X_2) terhadap Pembelian impulsif (Y).

1. Analisis Persamaan Regresi Linier

Analisis ini dimaksusdkan untuk mengetahui adanya pengaruh antar variabel. Tujuannya adalah untuk meramalkan atau memperkirakan nilai variabel dependen dalam hubungannya dengan nilai variabel lain.

Model regresi berganda yang akan dibentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y = Pembelian impulsif

X_1 = Store atmosphere

X_2 = Faktor Gaya Hidup

b_0 = intersep

b_1, b_2 = koefisien regresi

Dengan menggunakan *SPSS* diperoleh hasil koefisien regresi sebagai berikut:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.058	.801		5.063	.000
	Store atmosphere	.132	.066	.185	2.002	.048
	Gaya Hidup	.358	.054	.614	6.643	.000

a. Dependent Variable: Pembelian impulsif

Dari *output* di atas diketahui nilai kontstanta dan koefisien regresi sehingga dapat dibentuk persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$Y = 4{,}058 + 0{,}132\ X_1 + 0{,}358\ X_2$

Persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

$b_0 = 4{,}058$ artinya jika variabel X_1 dan X_2 bernilai nol (0), maka variabel Y akan bernilai 4,058 satuan.

$b_1 = 0{,}132$ artinya jika Store atmosphere (X_1) meningkat sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,132 satuan.

b_2= 0,358 artinya jika Faktor Gaya Hidup (X_2) meningkat sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,358 satuan.

2. Analisis Korelasi Simultan Antara Store Atmosphere (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) dengan Pembelian Impulsif (Y)

Dari hasil perhitungan diatas dengan menggunakan *SPSS 13 for Windows,* maka koefisien korelasi antara Store atmosphere (X1) dan Gaya Hidup (X2) dengan variabel Pembelian impulsif (Y) adalah sebagai berikut:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753[a]	.567	.558	1.55117

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup , Store atmosphere

Dasar analisis diatas maka didapat 0,753 yang termasuk kedalam korelasi yang kuat. Dari analisis diatas maka didapat 0,753 yang termasuk kedalam korelasi yang kuat. Koefisien korelasi bertanda positif menunjukkan hubungan simultan yang terjadi antara *store atmosphere* dan gaya hidup dengan pembelian impulsif adalah searah, dimana semakin besar *store atmosphere* dan gaya hidup secara simultan akan diikuti oleh semakin besarnya pembelian impulsif. Nilai 0,753 menunjukkan hubungan simultan yang terjadi antara *store atmosphere* dan gaya hidup dengan pembelian impulsif berada dalam kategori hubungan yang sedang (interval 0,600 – 0,799).

3. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier di antara variabel bebas dan variabel terikat. Berikut akan diuraikan analisis korelasi baik korelasi parsial maupun korelasi berganda.

Setelah diketahui nilai R sebesar 0,753, maka koefisien determinasi dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$KD = R^2 \text{ X } 100\%$$

$$= (0{,}753)^2 \text{ X } 100\%$$

$$= 56.74\%$$

Dengan demikian, maka diperoleh nilai KD sebesar 56.74% yang menunjukkan arti bahwa Store atmosphere (X_1) dan Faktor Gaya Hidup (X_2) memberikan pengaruh simultan (bersama-sama) sebesar 56.74% terhadap Pembelian impulsif (Y). Sedangkan sisanya sebesar 43.26% dipengaruhi oleh faktor lain yang diabaikan penulis.

Koefisien Beta x Zero-order :

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	4.058	.801		5.063	.000			
	Store atmosphere	.132	.066	.185	2.002	.048	.609	.199	.134
	Gaya Hidup	.358	.054	.614	6.643	.000	.741	.559	.444

a. Dependent Variable: Pembelian impulsif

1. Variabel X_1 = 0,158 x 0,609 = 0,1125 = 11,25 %
2. Variabel X_2 = 0,614 x 0,741 = 0.4549 = 45,49 %

Dari hasil uji individu diatas diketahui bahwa variabel X_1 (*Store atmosphere*) terhadap variabel Y (Pembelian impulsif) memiliki pengaruh positif sebesar

0,1125 atau 11,25%. Dan X_2 (Faktor Gaya Hidup) terhadap variabel Y (Pembelian impulsif) memiliki pengaruh positif sebesar 0,4549 atau 45,49%.

4.4 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini yang akan di uji adalah pengaruh *store atmosphere* dan gaya hidup terhadap pembelian impulsif pada konsumen The Oasis Factory Outlet Bandung. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan di uji, maka uji statistik yang akan digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi.

1. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji Statistik F)

H_0 : *Store atmosphere* (X_1) dan Faktor Gaya Hidup (X_2) secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap Pembelian impulsif (Y).

H_1 : *Store atmosphere* (X_1) dan Faktor Gaya Hidup (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pembelian impulsif (Y).

Tingkat signifikan (α) sebesar 5%

Dengan menggunakan program *SPSS* diperoleh *output* sebagai berikut:

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	306.089	2	153.045	63.607	.000[a]
	Residual	233.393	97	2.406		
	Total	539.482	99			

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup , Store atmosphere

b. Dependent Variable: Pembelian impulsif

Berdasarkan *output* di atas diketahui nilai F_{hitung} sebesar 63,607 dengan *p-value* (sig) 0,000. Dengan α=0,05 serta derajat kebebasan v_1 = 97 (n-(k+1)) dan v_2 = 2, maka di dapat F_{tabel} 3,090. Dikarenakan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (63,607 > 3,090) maka H_0 ditolak, artinya variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pembelian impulsif.

2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji Statistik t)

Dengan menggunakan program *SPSS* diperoleh *output* sebagai berikut:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	4.058	.801		5.063	.000			
	Store atmosphere	.132	.066	.185	2.002	.048	.609	.199	.134
	Gaya Hidup	.358	.054	.614	6.643	.000	.741	.559	.444

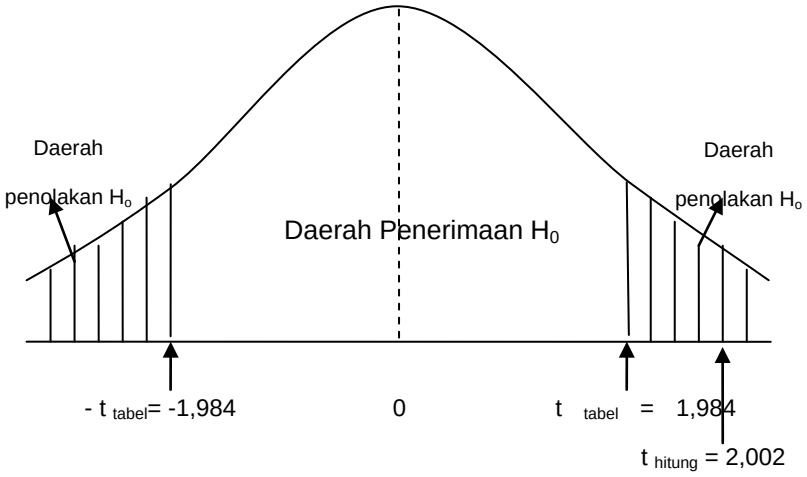
a. Dependent Variable: Pembelian impulsif

- Pengujian hipotesis variabel X_1 (Store atmosphere)

H_0 : *Store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap Pembelian impulsif.

H_1 : *Store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap Pembelian impulsif.

Tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dan derajat kebebasan (v) = 98 (n – 2) didapat nilai t_{tabel} 1,984



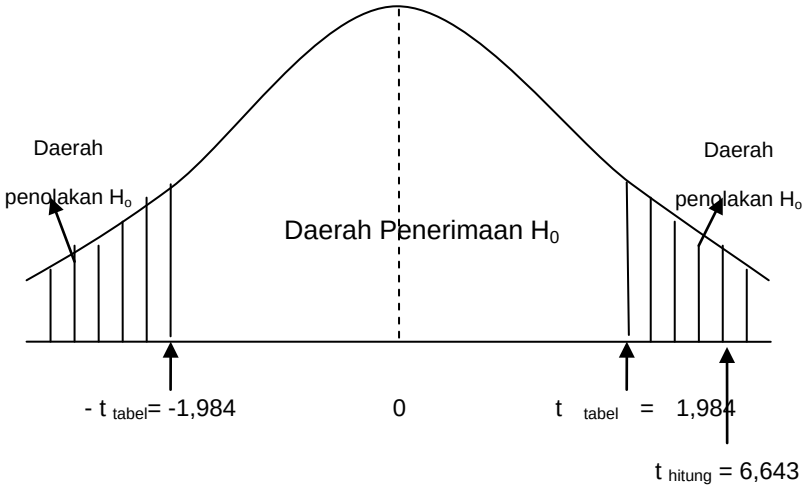
Dari *output SPSS* diatas diperoleh nilai t_{hitung} untuk X_1 sebesar 2,002 dan t_{tabel} -1,984. Dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya *Store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap Pembelian impulsif.

- Pengujian hipotesis variabel X_2 (Faktor Gaya Hidup)

  H_0 : Faktor Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap Pembelian impulsif.

  H_1 : Faktor Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Pembelian impulsif.

Tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dan derajat kebebasan (v) = 98 (n – 2) didapat nilai t_{tabel} 1,984.



Dari *output SPSS* diatas diperoleh nilai t_{hitung} untuk X_2 sebesar 6,643 dan t_{tabel} 1,984. Dikarenakan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya Faktor Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Pembelian impulsif.