BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan yang menjadi objek penelitian ini merupakan suatu permasalahan yang di jadikan sumber topik untuk penulisan dalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek penelitian yang berjudul "Analisis Bauran Ritel Toko Kopi Morning Glory Bandung".

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Dalam menyusun Tugas Akhir metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis, yaitu suatu metode pengambilan data yang menggambarkan keadaan yang sebenarnya untuk di analisis yang kemudian di susun sebagai bahan pembuatan Tugas akhir. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang Bauran Eceran pada Toko Kopi Morning Glory Bandung dan apakah pelaksanaan tersebut dapat meningkatkan hasil penjualan, oleh karena itu digunakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang Bauran Eceran pada Toko Kopi Morning Glory Bandung.

3.2.2 Operasional Variabel Penelitian

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

Variabel penelitian adalah faktor-faktor signifikan yang keberadaanya mempunyai pengaruh terhadap penelitian yang dilakukan baik secara langsung ataupun tidak langsung yang sifat pengaruhnya perlu dipertimbangkan. variabel penelitian ini akan dipakai dalam tahap pengolahan data sesuai dengan topik pembahasan dalam penelitian mengenai Analisis Bauran Eceran pada Toko Kopi Morning Glory Bandung. Adapun yang menjadi variabel utama adalah bauran eceran (*retailing mix*), sub variabel yaitu lokasi (*location),* barang dagangan (*merchandise*), harga (*price*), promosi (*promotion*), pelayanan (*service*), suasana dalam toko (*atmosper*) dan Karyawan Toko *(Customer Service)* Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 3.1

Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Bauran Eceran	Kombinasi dari faktor-faktor ritel yang yang digunakan untuk memuaskan	**1. Lokasi** • Kedekatan lokasi toko • Kestrategisan	• Tingkat Kedekatan • Tingkat Kestrategisan	Ordinal

	kebutuhan pelanggan dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli	**2. Barang Dagangan** • Kelengkapan barang yang tersedia • Keragaman barang yang tersedia	• Tingkat kelengkapan barang • Tingkat keragaman barang	Ordinal
		3. Harga • Bersaingnya harga Barang • Kesesuaian harga barang	• Tingkat persaingan harga • Tingkat kesesuaian harga	Ordinal
		4. Promosi • Kemenarikan promosi • Intensitas atau frekuensi	• Tingkat kemenarikan • Tingkat keseringan dalam melakukan kegiatan promosi	Ordinal
		5. Pelayanan • Keramahan karyawan • Pengetahuan karyawan mengenai produk	• Tingkat keramahan karyawan • Tingkat pengetahuan produk	Ordinal
		6. Suasana Toko • Kenyamanan dalam toko • Kemenarikan dalam toko **7. Karyawan Toko** • Kerapihan	• Tingkat kenyamanan • Tingkat kemenarikan • Tingkat Kerapihan	Ordinal

		dalam berseragam • Penampilan karyawan	• Tingkat penampilan	

3.2.3 Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Data Primer yaitu data segala informasi yang diperoleh, diamati dan dicatat oleh peneliti langsung dari perusahaan yang menjadi obyek penelitian
b. Data sekunder yaitu data atau informasi yang berasal dari media cetak lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.2.3.2 Teknik Penentuan Data

3.2.3.2.1 Populasi

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

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen yang berkunjung ke Toko Kopi Morning Glory Bandung yang melakukan transaksi pembelian. Dari hasil penelitian ternyata populasi pengunjung pada Toko Kopi Morning Glory Bandung adalah sekitar kurang Lebih 100 pengunjung perhari dan penulis mengambil 3000 pengunjung sebagai populasi dalam satu bulan.

3.2.3.2.2 Sampel

Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Probability Sampling* dengan teknik pengambilan sampel *Random Sampling.* Menurut Sugiyono (2009:120), cara pengambilan sampel dengan teknik ini ialah "pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu". Penulis mengambil anggota sampel dalam penulisan penelitian ini dengan menggunakan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + NE^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel minimal

N : Jumlah populasi

E : Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan

$$n = \frac{N}{1 + NE^2}$$

$$n = \frac{3000}{1 + (3000X10\%)^2}$$

$$n = \frac{3000}{1 + (3000X0.01)^2}$$

n = 96,77 dibulatkan menjadi 100

Dari penelitian ini, penulis menggunakan sampel sebanyak 3000 pengunjung selama satu bulan dengan tingkat kesalahan 10% (0,01) dari perhitungan didapat hasil 96,77 dari angka ini penulis bulatkan menjadi 100 orang untuk mengadakan penelitian dengan membagikan kuesioner kepada para responden.

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

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

1. *Library research* (study kepustakaan)

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

2. *Field research* (study lapangan)

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

   a. Interview / Wawancara

      Yaitu teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara berkomunikasi langsung / menanyakan langsung dengan karyawan yang bersangkutan / pimpinan pada Toko Kopi Morning Glory Bandung.

b. Quesioner

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

c. Observasi

Yaitu teknik yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap kegiatan perusahaan sebagai objek penelitian yang berhubungan dengan pembahasan dan kemudian pencatatan langsung dari sumber tertulis pada lokasi penelitian kuesioner.

3.2.4.1 Uji Validitas

Dari pengujian yang dilakukan dengan *Spearman Correlation*, dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil bahwa dari 15 pertanyaan yang digunakan dinyatakan valid karena mempunyai korelasi positif dengan skor total pertanyaan menghasilkan nilai r diatas 0,3. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 15 pertanyaan yang valid dalam penelitian ini.

3.2.4.2 Uji Reliabilitas

Dari hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan korelasi *Spearman Brown* dengan menggunakan SPSS, setelah dilakukan uji validitas diperoleh hasil bahwa 15 pertanyaan yang valid. 15 pertanyaan yang valid dilakukan uji reliabilitas mendapatkan skor 0.741 yang artinya diatas 0,5 dikatakan pertanyaan tersebut reliabel.

3.3 Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah deskriptif suatu metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian untuk selanjutrnya analisis ini adalah menjawab bagaimana tanggapan responden terhadap bauran eceran pada Toko Kopi Morning Glory Bandung. Dimana penelitian deskriptif ini adalah penelitian yang dilakukan terhadap variabel mandiri yaitu tanpa membuat perbandingan. Dalam menganalisis secara deskriptif digunakan tabel dalam bentuk jumlah dan presentase.

Untuk menentukan kategori tinggi, sedang, rendah terlebih dahulu harus menentukan nilai indeks minimum, maksimum, dan intervalnya serta jarak intervalnya. Sebagai berikut :

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

Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut :

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

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

= 20 %

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

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

= 100 %

Interval dalam persentase = Skor maksimum – Skor minimum

= 100 % - 20 %

= 80 %

Panjang interval dalam persentase = $\frac{interval}{jenjang}$

= $\frac{80\ \%}{5}$

= 16 %

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

Tabel 3.2

Kategori Skor

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

Sumber : Dr. Ummi Narimawati, M.Si. (2007:85)