BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini adalah "Analisis Penilaian Konsumen Mengenai Store Atmosfer yang beralokasi di Morning Glory Coffee beralamat di Setrasari Mall C 2 No. 31 bandung.

Pada penelitian ini masalah yang diteliti adalah tentang tujuan pelaksanaan Store Atmosfer pada Morning Glory Coffee, Penilaian Konsumen Mengenai Atmosfer Toko Serta Masalah-Masalah yang dihadapi dalam Menganilisis Penilaian Konsumen Mengenai Store Atmosfer Pada Morning Glory Coffee Bandung.

3.2 Metode Penelitian

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

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

menggambarkan apa yang dilakukan perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada untuk kemudian diolah menjadi data. (Sugiono :2003)

3.2.1. Desain penelitian

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

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau objek dari orang maupun objek yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

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

Tabel. 3.1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala
STORE ATMOSFER	*Store Atmosphere* Meliputi berbagai elemen yang Mempengaruhi pelanggan persepsi, seperti warna, pencahayaan, perlengkapan, suhu, barang, kebersihan, dan suara (termasuk musik) Pengecer sebagai alat untuk membedakan. **Berman and Evans (2001:604)**	***Exterior*** (bagian depan toko) ***Marquee*** − Lambang dan nama perusahaan terlihat berbeda ***Uniqueness*** − Etalase yang digunakan terlihat dekoratif. − Kesesuaian pintumasuk – Bagunan gedung yang berbeda ***Parking facilities*** − fasilitas parkir yang memadai	***Marquee*** − Tingkat kesetujuan lambang perusahaan yang berbeda ***Uniqueness*** − Tingkat kesetujuan etalase yang dekoratif − Tingkat kesesuai pintu masuk − Tingkat kesetujuan bangunan gedung yang berbeda ***Parking facilities*** − Tingkat kesetujuan fasilitas parkir yang memadai	ORDINAL
		General Interior (bagian dalam toko). ***Color & lighting*** − Kesesuaian tata cahaya ruangan − Kesesuaian warna dinding ***Scent & sound*** − Kesesuaian aluanan musik − Kesesuaian aroma ruangan **Temperatu**r − Temperatur udara memberikan kesejukan ***Tecnology*** − Sistem pengaturan barang baik − Sistem layanan pembayaran baik ***Cleanliness*** − kebersihan toko memberikan kenyaman	***Color & lighting*** − Tingkat kesesuaian cahaya ruangan − Tingkat kesesuaian warna dinding ***Scent & sound*** − Tingkat kesesuaian alunan musik − Tingkat kesesuaian dengan aroma ruangan **Temperatu**r − Tingkat kesetujuan temperatur udara yang meberikan kesejukan ***Tecnology*** − Tingkat kesetujuan sistem pengaturan baik dengan − Tingkat kesetujuan system layanan pembayaran baik ***Cleanliness*** − Tingkat kesetujuan kebersihan toko yang meberikan kenyaman	

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

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 Morning Glory Coffee Bandung yang melakukan transaksi pembelian, yang dijadikan sasaran untuk memperoleh data. Jadi berdasarkan data dari pihak Morning Glory Coffee jumlah konsumen yang datang setiap bulannya untuk mengunjungi Morning Glory Coffee sebanyak 3000 orang.

3.2.3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2003:73), sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jenis yang akan digunakan adalah probability dengan teknik random sampling, yaitu teknik dimana sedemikian rupa sehingga setiap unit penelitian dari populasi mempunyai teknik yang sama untuk dipilih sebagai sample dengan kata lain populasi dianggap homogen. Penulis mengambil anggota sampel dalam penulisan penelitian ini dengan menggunakan rumus:

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

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran 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

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 literature, buku, majalah, jurnal untuk mendapatkan data sekunder. Data sekunder tersebut dijadikan sebagai landasan teori dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

2. *Field research* (study lapangan)

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

   a. Interview / Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data yang di lakukan dengan cara berkomunikasi langsung / menanyakan langsung dengan karyawan yang bersangkutan / pimpinan 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 dimana dalam hal ini diteliti dengan baik secara langsung dan menunjang pengumpulan data-data yang berhubungan dengan pembahasan dan kemudian pencatatan langsung dari sumber tertulis pada lokasi penelitian kuesioner.

3.2.4.1 Uji Validitas

Dari pengujian yang dilakukan dengan *Spearman Correlation*, dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil bahwa dari 18 pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini semua valid karena mempunyai korelasi positif dengan skor total pertanyaan menghasilkan nilai r diatas 0,3. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 18 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 dari 18 pertanyaan semua valid. Dan dilakukan uji reliabilitas mendapatkan skor 0.773 yang artinya diatas 0,3 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 store atmosphere pada *Morning Glory Coffee* Bandung. Dimana penelitian deskriptif ini adalah penelitian yang dilakukan terhadap variabel mandiri yaitu tanpa membuat perbandingan, atau menggabungkan dengan variabel lain. Dalam menganalisis secara deskriptif digunakan tabel dalam bentuk jumlah dan presentase.

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

1. Nilai Indeks Minimum adalah skor terendah dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.

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

Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$Skor\ Mimimum\ dalam\ Persentase = \frac{Skor\ Minimum}{Skor\ Maksimum} X100\%$$

$$= \frac{1}{5} X100\%$$

= 20 %

$$Skor\ maksimum\ dalam\ Persentase = \frac{Skor\ Maksimum}{Skor\ Maksimum} X100\%$$

$$= \frac{5}{5} X100\%$$

= 100 %

Interval dalam persentase = Skor maximum – Skor minimum

= 100 % - 20 %

= 80 %

$$Jarak\ Interval\ dalam\ Persentase = \frac{Interval}{Jenjang}$$

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

= 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 : Redi Panuju, Komunikasi Bisnis

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