

BAB III

METODE PENELITIAN

A. OBYEK DAN SUBYEK PENELITIAN

1. Obyek.

Penelitian ini mengambil setting di lingkungan salah satu jasa retail yaitu Supermarket Mirota Kampus di Jalan Cik Ditiro Yogyakarta.

2. Subyek.

Subyek yang diteliti adalah konsumen dengan ketentuan minimal SMP atau usia minimal 17 tahun yang datang berbelanja di supermarket Mirota Kampus Jalan Cik Ditiro Yogyakarta.

B. JENIS DATA

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer atau data yang diperoleh secara langsung kepada responden yang sedang berbelanja di Supermarket Mirota Kampus Yogyakarta.

C. METODE PENGAMBILAN DATA

Untuk memperoleh data yang relevan terhadap penelitian ini. Maka peneliti menggunakan penyebaran kuesioner sebagai alat pengumpulan data, kuesioner diberikan secara langsung kepada responden yang sedang melakukan belanja di Supermarket Mirota kampus di Jalan Cik Ditiro

D. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti, prosedur untuk pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *convenience, convenience* dilakukan untuk mempermudah peneliti mendapatkan responden dan lebih murah. Responden yang dipilih adalah siapa saja yang datang berbelanja ke Supermarket Mirota Kampus, selama penelitian dilakukan dan menyatakan bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian. Jumlah sampel yang diambil adalah 120 responden, karena berdasarkan tingkat keyakinan penelitian bahwa 100 responden sudah cukup mewakili dari populasi sobyek yang akan diteliti.

1 . Prosedur untuk menempatkan subyek penelitian.

Prosedur untuk menempatkan subyek penelitian dilakukan dengan *convenience. Convenience* dilakukan untuk mempermudah peneliti mendapatkan responden. Responden yang dipilih adalah siapa saja yang datang berbelanja ke Supermarket selama penelitian dilakukan dan menyatakan bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian.

E. DEFINISI OPERASI VARIABEL PENELITIAN

Respon emosional dapat didefinisikan sebagai kepuasan dan kesenangan konsumen jadi layout dan atmosfir store ini di ciptakan untuk komunikasi dua arah antara pelanggan dan pengelola supermarket supaya sama – sama menguntungkan antara pelanggan dan pengelola

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh layout dan atmosfir merupakan variabel independen (X), terhadap respon emosional konsumen merupakan variabel dependen (Y)

1 . Layout (X1)

Layout merupakan kesesuaian pemajangan atau penempatan produk termasuk pengaturan alat – alat perlengkapan ritel dan jalur yang memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk. Mengembangkan layout yang efisien merupakan tantangan tersendiri bagi pengelola Supermarket Mirota Kampus, apalagi sekarang ini kecenderungan kearah ritel yang lebih kecil dan munculnya bisnis ritel non-toko, Sujana (2005). Tingkat kesesuaian pemajangan atau penempatan produk ini, dengan indikator variabel ini adalah:

a. Pengelompokan barang

- 1) Sesuai dengan jenis barangnya
- 2) Dengan produk makanan dan peralatan pembersih harus di sendirikan
- 3) Pemajangan barang atau produk yang rapi

b. Penataan rak barang atau produk

- 1) Penataan rak barang di tata dengan sedemikian rupa supaya konsumen dapat menjangkau dengan mudah dan tidak kelihatan berantakan
- 2) Lokasi rak antara yang besar seperti almari dan rak kecil seperti etalasi harus di sendirikan

c. Jalur lalu lintas atau lorong jalan di dalam supermarket

- 1) Lorong di supermarket dengan keadaan luas dan kelihatan rapi

2). Lalu lintas yang lancar

d . Penempatan mesin kasa

1) Dengan penempatan mesin kasa yang mudah di jangkau dan di dekat pintu keluar

e. Pintu masuk

1). Pintu masuk yang lebar supaya konsumen dapat dengan mudah untuk masuk dan tidak mengantri

2 . Atmosfir Store (X2).

Atmosfir store ritel merupakan penampilan lingkungan dan suasana ritel yang membuat konsumen tertarik untuk mendatangi ritel tersebut. Semakin menarik konsumen semakin senang dan dapat membangkitkan niat beli.

Indikator variabel ini adalah:

a. Kebersihan ruangan meliputi:

1). Kebersihan etalase

2). Kebersihan lantai

3). Kebersihan dinding

4). Dan kebersihan kaca yang ada di depan dan samping supermarket.

b. Begron musik di dalam ruangan meliputi:

1). Musik yang enak didengar dengan model musik klasik.

c. Warna cat meliputi:

1). Warna yang putih atau warna lain yang kelihatan menarik dan enak

1). Bentuk yang bagus dengan ornamen yang menarik bagi konsumen.

e. Efek pencahayaan ruangan yang pas dan cerah meliputi:

1). Pencahayaan yang terang dan terkesan bersih supaya konsumen merasa nyaman dan tidak terkesan gelap.

f. Keramahan karyawan dalam memberikan pelayanan meliputi:

1). Keramahan dalam memberikan dalam melayani konsumen, harus selalu senyum dan berpenampilan menarik.

3 . Respon emosional konsumen (Y).

Respon emosional merupakan tanggapan konsumen yaitu sejauh mana perasaan konsumen terhadap layout, dan atmosfir jasa ritel. Indikator variable ini adalah:

a. Loyalitas konsumen.

- 1). Loyal dalam melakukan pembelian.
- 2). Tidak beralih kepada supermarket lain.
- 3). Dan ada rasa kepuasan tersendiri dalam hal berbelanja.

b. Kesenangan dalam berbelanja.

- 1). Senang melakukan pembelian.
- 2). Merasa nyaman dalam berbelanja.
- 3). Bisa mengurangi rasa kepenatan setelah melakukan aktifitas seharian.

c. Berlama – lama dalam melakukan transaksi di Mirota Kampus.

- 1). Bisa di jadikan tempat refreasing konsumen.
- 2). Diiadikan tempat untuk penekrangan selain berbelanja

Seluruh variabel diukur dengan menggunakan skala liker yang mempunyai bobot 1 sampai 5 dengan alternative jawaban sangat baik (SB), baik (B), sedang (S), kurang baik (KB), tidak baik, (TB).

F .PENGUJIAN INSTRUMEN PENELITIAN.

Metode pengujian instrument di maksudkan untuk mengetahui kemampuan dalam pengujian validitas dan reabilitas kuesioner yang akan di gunakan dalam penelitian sehinga dapat di ketahui sampai sejauh mana kuisioner dapat menjadi alat pengukur yang valid dan dapat dipercaya.

1. Uji validitas.

Pengujian validitas dilakukan untuk melihat sejauh mana alat ukur untuk mengukur dengan kata lain apakah alat ukur tersebut telah tepat untuk mengukur suatu obyek yang akan di teliti (Kuncoro,2003), Uji validitas dilakukan dengan terknik konstruk validitas, sejauh mana insrumen dikatakan valid apabila dalam pengukuran ini diperoleh hasil yang valid dengan butir dan faktor yang siknifikan, pengujian ini dibantu dengan menggunakan SPSS 17,5 for windows dengan indikator nilai:

- | | |
|----------------|------|
| a. Sangat baik | (SB) |
| b. Baik | (B) |
| c. Sedang | (S) |
| d. Kurang baik | (KB) |
| e. Tidak baik | (TB) |

2 . Uji Reliabilitas.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana konsisten alat ukur. reliabilitas instrument kuesioner menggunakan SPSS 17,5 for windows yang akan digunakan untuk nilai harus >0.7 meskipun 0,6 masih dapat di percaya dan dapat diterima.

G. UJI HIPOTESIS DAN ANALISIS DATA

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi berganda. Menggunakan regresi untuk menaksirkan hubungan antara variabel dependen dengan dua variable independen, dengan ketentuan variabel dependen respon emosional konsumen dan variable independen layout dan atmosfir store. Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (Djarwanto, PS dan Subagyo 1996):

$$Y: a+b_1X_1+b_2X_2+e$$

- Y : Respon emosional konsumen (dependen)
- X1 : Layout (independen)
- X2 : Atmosfir Store (independen)

Arti variable respon emosional sangat di pengaruhi oleh variabel layout dan atosfir store, dan jika layout dan atmosfir store dapat tertata dengan bagus maka respon emosional konsumen terhadap supermarket sangat bagus

a. Uji t untuk menguji H1 dan H2, uji ini dilakukan untuk melihat signifikan pengaruh dari variabel tergantung (Sugianto, 1995). Adapun pengujianya sebagai berikut:

- 1). Menentukan taraf signifikan alpha sebesar 5%.
- 2). Menentukan nilai signifikansi.
- 3). Membandingkan nilai signifikansi dengan taraf signifikan (α) 5%.

Nilai signifikan di peroleh dari perhitungan program SPSS

a). Jika nilai signifikansi $> 5\%$ maka H0 diterima.

b). Jika nilai signifikansi $< 5\%$ maka H1 diterima.

2. Uji F.

Pengujian ini untuk menguji H2, Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel – variabel bebas terhadap variabel tergantung secara keseluruhan (Sugianto,1995). Adapun pengujianya sebagai berikut:

- 1). Menentukan taraf signifikan (alpha) sebesar 5%.
- 2). Menentukan nilai signifikan.
- 3). Membandingkan nilai signifikan dengan taraf signifikan (α) 5%

Nilai signifikan diperoleh dari perhitungan program SPSS.

a). Jika nilai signifikan $> 5\%$ maka H0 diterima.

b). Jika nilai signifikan $< 5\%$ maka H1 diterima.