

## BAB III

### OBJEK DAN METODE PENELITIAN

#### 3.1 Objek

##### 3.1.1 Sejarah Lou Belle *Concept store* Bandung

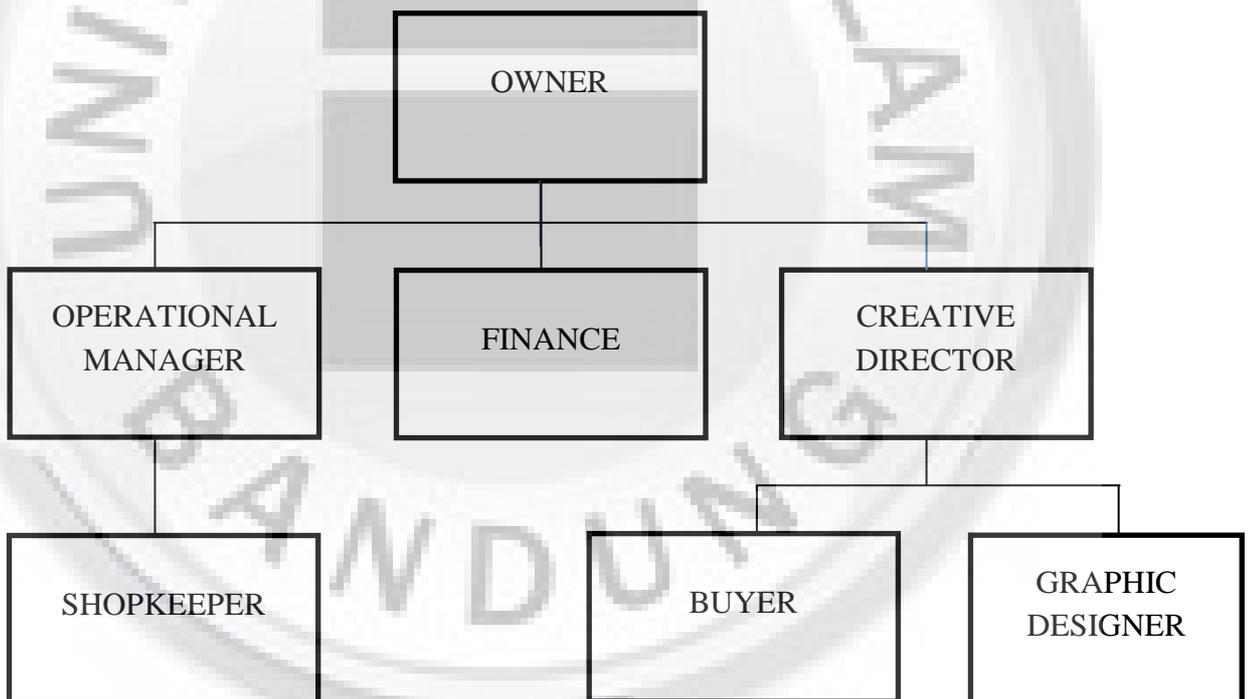
Didirikan pada bulan Desember tahun 2009, oleh Marine Ramdhani, Atin Susanto, Brian Harsanto dan Win Satrya. Lou Belle adalah sebuah *concept store* pertama di Bandung, yang tertelak di kawasan Bandung utara, dan berada di tengah-tengah salah satu wilayah wisata belanja di kota di Bandung. Tepatnya di Jl. Setiabudi No. 56 Bandung.

*Concept store* sendiri adalah toko yang barang-barangnya terseleksi. Karena melihat perkembangan zaman yang ada maka Lou Belle mengusung tema *concept store*. Menurut ownernya ia melihat *concept store* ini akan menjadi *trend* di kalangan remaja, terbukti sekarang jumlah peminatnya semakin bertambah dan telah banyak berdiri *concept store* lainnya di Bandung sebagai pesaing Lou Belle.

Dengan mengangkat konsep sebagai sebuah tempat yang mendukung keberadaan lokal *brand*, Lou Belle menawarkan berbagai Produk-produk *fashion* inspiratif yang terseleksi dengan baik secara kualitas dan pencitraan, yang sebagian besar merupakan hasil karya dari para desainer lokal Indonesia dan sangat lekat dengan konsistensi kesan unik dan eksklusif. sampai saat ini Lou Belle telah terdapat berbagai produk dari sekitar 40 lokal *brand* yang berasal dari berbagai kota di Indonesia.

Di sisi lain, Lou Belle shop juga mempunyai misi, dapat mengakomodir berbagai kegiatan-kegiatan komunitas kreatif di kota Bandung, dengan skala yang disesuaikan dengan tempat yang tersedia, berbagai kegiatan seperti pameran, pertunjukan musik, pemutaran film, *talk show*, diskusi, *workshop*, dan *fashion show* kerap berlangsung secara rutin. Berbagai kegiatan tersebut akan terus diadakan sesuai dengan konsep dasar dan misi yang hendak Loubelle Shop sampaikan, yang mencakup Design, Fashion, Urban Art & Music.

### 3.1.2 Struktur Organisasi



Sumber: Loubelle

**Gambar 3.1**  
**Struktur Organisasi Loubelle**

Fungsi dan tugas divisi kerja (*Job Description*) adalah suatu rincian yang menunjukkan posisi, tanggung jawab, wewenang, fungsi dan tugas yang harus

dilakukan. Periode tugas perlu dibuat agar masing-masing bagian mengerti akan kedudukannya. Adapun fungsi dan tugas divisi kerja yang ada di Loubelle Shop antara lain :

#### **1. Owner**

- Mengambil keputusan setiap kegiatan di Lou Belle.
- Menerima laporan penjualan, laporan persediaan barang dan laporan barang masuk.
- Mengkoordinasi semua bawahan dalam melaksanakan tugas masing-masing.
- Memperbaharui situs web dan blog.

#### **2. Operational Manager**

- Mengecek jumlah stok barang di gudang.
- Membuat laporan persediaan barang.
- Membuat laporan barang masuk.
- Membuat laporan barang keluar.

#### **3. Finance**

- Mengatur keuangan Loubelle
- Membuat laporan pemasukan
- Membuat laporan pengeluaran

#### **4. Creative Director**

- Menentukan tema barang-barang seperti apayang akan diusung Loubelle Shop.
- Menentukan inovasi-inovasi yang akan dibuat.

- Mengkoordinasi *buyer* dan *graphic designer*.

### **5. Shop Keeper**

- Melayani *customer*.
- Membuat nota pemesanan.
- Mengolah transaksi penjualan barang baik pesanan maupun satuan.
- Membuat laporan penjualan, persediaan dan pembelian barang.
- Melayani konsumen via *online*.

### **6. Buyer**

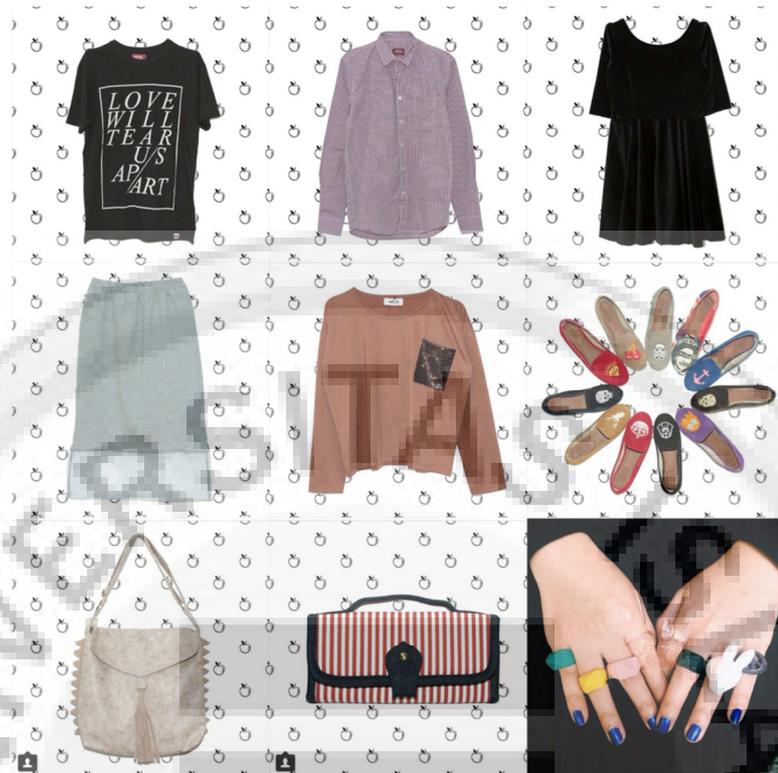
- Menyeleksi barang yang akan masuk Loubelle Shop.
- Berhubungan langsung dengan para *supplier*.

### **7. Graphic designer**

- Mengurus semua keperluan fotografi untuk keperluan email, blog, dan situs web.

### **3.1.3 Produk Perusahaan**

Lou Belle memiliki berbagai jenis produk yang ditawarkan kepada konsumen seperti: kemeja, t-shirt, jaket, rok, celana, tas, sepatu, dompet, aksesoris, dll. Berikut ini adalah contoh produk-produk yang ada di Lou Belle:



Sumber: Lou Belle Shop

**Gambar 3.2**  
**Contoh Produk-Produk Loubelle Shop**

### **3.2 Metode Penelitian**

#### **3.2.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian verifikatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independent dengan variabel dependent. Sedangkan metode yang digunakan adalah studi kasus, yaitu penelitian yang berfungsi mengetahui suatu fenomena, gejala, yang khas atau unik dari suatu individu kelompok, atau objek sosial lainnya. Sehingga dapat diperoleh suatu deskripsi yang rinci mengenai fenomena atau gejala tersebut.

### 3.2.2 Data, Jenis Data, Sumber Data

1. Guna menjawab perumusan masalah no. 1, “Bagaimana pelaksanaan pemasaran interaktif di Lou Belle Bandung”, data yang dibutuhkan yaitu :
  - a. Pelaksanaan pemasaran interaktif di Lou Belle Bandung → Jenis data: Sekunder → Sumber data: Owner Lou Belle, Pedoman Wawancara.
2. Guna menjawab perumusan masalah no. 2, “Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap pelaksanaan pemasaran interaktif di Lou Belle Bandung), data yang dibutuhkan yaitu :
  - a. Tanggapan pelanggan tentang pemasaran interaktif di Lou Belle Bandung → Jenis data: Primer → Sumber data: konsumen di Lou Belle Bandung, Pedoman Kuesioner.
3. Guna menjawab perumusan masalah no. 3, “Bagaimana tingkat keputusan pembelian di Lou Belle Bandung), data yang dibutuhkan yaitu :
  - a. Tingkat keputusan pembelian di Lou Belle Bandung → Jenis data: Primer → Sumber data: konsumen Lou Belle Bandung. Pedoman Kuesioner.
4. Guna menjawab perumusan masalah no. 4, “Seberapa besar pemasaran interaktif terhadap keputusan pembelian konsumen di Lou Belle Bandung), data yang dibutuhkan yaitu :
  - a. Pemasaran interaktif yang dilakukan oleh Lou Belle dan keputusan pembelian di Lou Belle shop Bandung → Jenis data: Primer → Sumber data: Konsumen Lou Belle Bandung. Pedoman Kuesioner.

### 3.2.3 Populasi, Teknik Sampling, Sampel

#### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:115). Dengan demikian populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk sepatu di Lou Belle.

#### 2. Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013:116). Sampel yang diambil adalah konsumen Lou Belle, peneliti membatasi jumlah sampel yaitu sejumlah 100 sampel. Penentuan ukuran sampel responden dilakukan dengan menggunakan dapat digunakan rumus *Slovin* sebagai berikut :

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

Dimana :

- n : Ukuran sampel.
- N : Ukuran populasi.
- e : % kelonggaran (*standard error*) yang bisa ditolerir.

Dengan jumlah populasi 4.500 dan *standard error* 10% sesuai dengan rumus penarikan Slovin, maka jumlah sampel yang diambil adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{4.500}{1 + 4.500 (0,1)^2} \\ &= 97,8 \end{aligned}$$

Dengan demikian sampel yang akan diambil untuk dijadikan responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 97,8 orang. Teknik penarikan sampel terhadap responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *non-probability sampling* digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui (Sugiyono, 2013:120).

Teknik *non-probability sampling* yang digunakan ialah *sampling insidental*. Menurut Sugiyono (2013:122), *sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Alasan peneliti menggunakan teknik *sampling insidental* yaitu agar memberikan kemudahan pada peneliti dalam pengambilan sampel dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui dalam setiap harinya.

#### **3.2.4 Variabel dan Operasionalisasi Variabel**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:58).

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang terkandung yaitu :

- a. Variabel bebas (*Independent Variable*), yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menyebabkan timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pemasaran interaktif (X).

- b. Variabel terikat (*Dependent Variable*), yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y)

Operasionalisasi variabel merupakan batasan yang dibuat oleh peneliti terhadap variabel penelitian, sehingga diharapkan dapat memberi suatu kejelasan pemahaman terhadap makna pengertian variabel yang dimaksud dalam penelitian.

Manfaat dari operasionalisasi variabel adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menentukan skala data.
- b. Sebagai acuan dalam pembuatan instrumen.
- c. Sebagai acuan dalam penentuan alat analisis (rumus statistik).

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi variabel**

Variabel	Subvariabel	Dimensi	Indikator	Skala data
Menurut <b>Kotler &amp; Keller (2012:478)</b> , “Pemasaran interaktif adalah kegiatan program online yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan produk dan jasa.”			1. Email 2. Blog perusahaan 3. Situs Web	Ordinal Ordinal Ordinal
Menurut <b>Kotler dan Keller (2012:166)</b> , Keputusan pembelian adalah semua pengalaman dalam pembelajaran, pemilihan, penggunaan, dan bahkan menyingkirkan produk.			1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilihan saluran pembelian 4. Waktu pembelian	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal

### **3.3 Instrumen, Syarat Instrumen Yang Baik Untuk Pedoman Kuesioner, Dan Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuesioner.**

#### **3.3.1 Instrumen**

##### **a. Instrumen**

Alat pengumpul data adalah suatu proses pengadaan data primer maupun data sekunder untuk keperluan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

##### **1. Pedoman Wawancara**

Proses yang dilakukan untuk memperoleh data dengan cara tanya jawab dan tatap muka dengan *owner* Lou Belle Shop, terkait dengan aspek pemasaran interaktif.

##### **2. Pedoman Kuisoner**

Proses yang dilakukan untuk memperoleh data dari konsumen Lou Belle Shop dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mengacu pada indikator dari variabel independen yaitu pemasaran interaktif dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

#### **3.3.2 Syarat Instrument Yang Baik Dalam Pedoman Kuesioner**

Syarat isntrumen yang baik untuk pedoman kuisioner, yaitu meliputi :

- a. Di ujicoba (*try out*) kepada 30 orang responden, dan 30 orang responden tersebut tidak dapat dimasukkan kembali pada anggota responden untuk pedoman kuesioner yang sebenarnya.
- b. Memenuhi uji validitas. Menurut **Arikunto (2010:211)**, validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau

kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Pengujian validitas terhadap kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik korelasi *produk moment* dengan rumus statistik sebagai berikut:

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum xX)] - (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan : r = Korelasi produk moment

X = Skor butir (pertanyaan)

Y = Skor faktor (variabel)

n = Jumlah sampel

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Item pertanyaan – pertanyaan responden penelitian dikatakan valid

jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ .

2. Item pertanyaan – pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak

valid jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ .

- c. Melakukan uji reliabilitas. Menurut **Sugiyono (2013:172)**, instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Tujuan dilakukannya uji reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana alat ukur kuisioner yang dibuat dapat dipercaya dan diandalkan. Menurut **Arikunto (2010:196)**, pengujian reliabilitas

kuisisioner penelitian dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha Crombach*, sebagai berikut :

$$r_{11} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{11}$  = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah variasi butir

$\sigma_t^2$  = Variansi total

Jumlah variansi butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varian t butir, kemudian jumlahkan, sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{[\sum x]^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

N = Jumlah sampel

$\sigma^2$  = Nilai variansi

X = Nilai skor yang dipilih

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika koefisien internal seluruh item ( $r_{11}$ )  $\geq r_{\text{tabel}}$  dengan  $\alpha = 5\%$  dan derajat kebebasan ( dk = n-2 ) maka item pertanyaan dikatakan reliabel.

2. Jika koefisien internal seluruh item,  $(r_{11}) \leq r_{tabel}$  dengan  $\alpha = 5\%$  dan derajat kebebasan ( $dk = n-2$ ) maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

### 3.3.3 Bentuk Instrumen Untuk Pedoman Kuesioner

Dalam penelitian ini mengingat hasil melakukan operasionalisasi variabel diperoleh skala data variabel independent yaitu ordinal dan skala data variabel dependen juga ordinal, maka peneliti akan menggunakan instrumen dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiono 2013:86).

Dengan asumsi sekurang-kurangnya skala data ordinal, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Setiap jawaban item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

**Tabel 3.2**  
**Kriteria Jawaban dan Skoring Penilaian Responden**

No.	Keterangan	Skor Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2008:133)

### 3.4 Metode Analisis Data

Metode pengolahan dan analisis data dilakukan dengan melalui berbagai tahap berikut:

#### 3.4.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Menurut **Sugiyono (2008:270)**, persamaan umum regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subyek dalam variable dependen yang diprediksi

X = Subyek pada variable independen yang mempunyai nilai tertentu

a = Konstanta (nilai Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan maupun penurunan)

Sedangkan untuk nilai konstanta a dan b menurut Sugiyono (2008:272) ditentukan dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$a = \frac{\Sigma Y}{N} - b \frac{\Sigma X}{N}$$

$$b = \frac{N \cdot (\Sigma XY) - \Sigma X \Sigma Y}{N \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

Dengan ketentuan:

Y = Nilai taksiran volume penjualan

X = Nilai proses penjualan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

Dalam regresi linear sederhana juga ada yang disebut dengan koefisien korelasi yang menunjukkan bahwa nilai suatu variabel bergantung pada perubahan nilai variabel yang lain. Rumus untuk menghitung koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2} \sqrt{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2}}$$

Guna memenuhi fungsi mencari pengaruh sebab akibat, dengan asumsi adalah setelah melakukan operasional variabel dimana skala data untuk variabel independen dan dependennya adalah skala data ordinal.

Maka untuk memenuhi asumsi rumus ini dengan skala data sekurang-kurangnya adalah interval. Dengan skala data ordinal maka untuk memenuhi asumsi skala data interval harus ditingkatkan lagi dengan menggunakan rumus *Method of Successive Interval* (MSI).

### 3.4.2 Transformasi Data

Asumsi yang harus dipenuhi pada saat melakukan analisis regresi data pengamatan minimal memiliki skala pengukuran interval. Agar dapat menggunakan analisis regresi dilakukan proses transformasi data dari skala pengukuran ordinal ke skala pengukuran interval melalui suatu metode yang

dikenal sebagai *Method of Successive Interval*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil jawaban responden, untuk setiap pernyataan, hitung frekuensi setiap pilihan jawaban.
2. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
3. Berdasarkan proporsi tersebut, untuk setiap pernyataan, hitung proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
4. Untuk setiap pernyataan, tentukan nilai batas untuk Z untuk setiap pilihan jawaban.
5. Hitung nilai numerik penskalaan (skala value) untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$\text{Scale Value} = \frac{\text{Density at Lower Limit} - \text{Density at Upper Limit}}{\text{Area Under Upper Limit} - \text{Area Under Lower Limit}}$$

Dimana:

Density at Lower limit = Kepadatan batas bawah

Density at Upper Limit = Kepadatan batas atas

Area Under Upper Limit = Daerah dibawah batas atas

Area Under Lower Limit = Daerah dibawah batas bawah

6. Hitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap pilihan jawaban dengan persamaan berikut:  $\text{Score} = \text{Scale Value} + \text{Scale Value}_{\text{Minimum}} + 1$

### 3.5 Uji Hipotesis

Karena sampel yang digunakan berjumlah 100 responden, dimana termasuk sampel besar ( $n > 10$ ), maka uji signifikasi dapat diuji dengan tingkat pengujian dua arah (tingkat signifikan 5%). Uji  $t$  dapat dicari dengan menggunakan rumus student's dengan  $dk = n - 2$ , yaitu :

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

Uji  $t$  digunakan untuk menguji apakah hubungan yang terjadi antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen benar-benar signifikan atau tidak.

Dengan uji hipotesis :

$H_0 : \beta = 0$  (tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen).

$H_a : \beta \neq 0$  (terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen).

Untuk menentukan apakah  $H_0$  ditolak atau diterima,  $t^{\text{hitung}}$  akan dibandingkan dengan tabel  $t^{\text{tabel}}$ , dimana :

Jika  $t^{\text{hitung}} \geq t^{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak.

Jika  $t^{\text{hitung}} \leq t^{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  diterima.

### 3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lou Belle *Concept store* Bandung yang terletak di Jl. Setiabudi No. 56 Bandung dan waktu penelitian pada bulan Mei 2014.