

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dilakukannya penelitian guna mencari informasi yang akan diolah menjadi data penelitian. Penelitian ini berlokasi atau dilakukan di Toko Buku Diskon Togamas yang berada di Jalan Gejayan No. 1 Condong Catur, Sleman, Yogyakarta.

##### **3.1.1. Sejarah Pendirian Toko Buku Diskon Togamas Yogyakarta**

TB Diskon Togamas Yogyakarta merupakan cabang pertama dari Togamas Malang (berdiri 1990). Terdapat tiga cabang TB Diskon Togamas lainnya yaitu, Semarang (2001), Jember (2002) dan Surabaya (2 toko, berdiri 2003 dan 2004).

Togamas Yogyakarta didirikan pada tanggal 9 September 1999 oleh Johan Budhie Sava. Pendirian cabang Yogya dilatarbelakangi oleh ajakan dari banyak dosen dan penulis buku dari berbagai perguruan tinggi untuk membuka toko buku. Lokasi toko awalnya berada di Jalan Gejayan No. 5 Condong Catur, Sleman, Yogyakarta. Seiring berkembangnya usaha, pada tahun 2004 pemilik toko memindahkan lokasi toko ke Jalan Gejayan No. 1 Condong Catur, Sleman, Yogyakarta (yang tidak jauh dari lokasi semula) sampai dengan sekarang.

Sebagai penguatan pasar pihak pengelola melakukan usaha “jemput bola” dengan menyelenggarakan pameran buku ke kampus-kampus untuk mendapatkan konsumen. Hal ini dikarenakan TB Diskon Togamas adalah baru bagi masyarakat

Yogya, sehingga yang pertama kali harus dilakukan adalah memperkenalkan terlebih dahulu TB Diskon Togamas pada khalayak.

Pada dua tahun pertama TB Diskon Togamas hampir mengalami kebangkrutan. Diketahui bahwa faktor utama penyebab kegagalan ini adalah rendahnya kreativitas dan kelemahan manajemen. Kemudian berkat kegigihan dan kreativitas yang tinggi, TB Diskon Togamas Yogyakarta kembali bangkit dan menjadi salah satu cabang yang sangat menguntungkan.

### **3.1.2. Konsep Usaha**

Konsep yang diterapkan adalah toko buku diskon. Hal ini ditegaskan dengan menyatakannya dalam nama toko, yaitu Toko Buku Diskon Togamas. Diskon yang diberikan berkisar antara 10% sampai dengan 50%. Penentuan besarnya diskon disesuaikan dengan hasil tawar-menawar dengan pihak penerbit dan kondisi tertentu, seperti misalnya program promosi maupun cuci gudang.

### **3.1.3. Tujuan Pendirian**

Berangkat dari rasa kecintaan pada dunia ilmu pengetahuan dan budaya, pendirian TB Diskon Togamas selain untuk tempat usaha juga memiliki tujuan yang ideal, yaitu:

- Berpartisipasi dalam meningkatkan kecerdasan dan minat baca masyarakat
- Berpartisipasi dalam mendorong masyarakat untuk berpengetahuan dan menggali pengetahuan dalam wujud menghadirkan ilmu melalui buku
- Berpartipasi dalam menjaga kelestarian seni dan budaya dalam masyarakat
- Berpartisipasi dalam mengembangkan minat dan bakat dalam seni

- Memberi kesempatan bagi para kaum muda untuk menuangkan idenya maupun karyanya

#### **3.1.4. Bentuk Usaha**

Usaha ini berbentuk perusahaan terbatas (PT). TB Diskon Togamas sebagai pemilik bangunan menyediakan kapling usaha untuk kemudian dilakukan kerja sama dengan berbagai bentuk. Terdapat tiga bentuk penawaran dari TB Diskon Togamas kepada pihak luar. Pertama adalah *Sharing Fee* dilakukan dengan pengelola *Jendelo Kafe*. Pengelola kafe tidak membayar sewa bangunan melainkan membagi keuntungan penjualan kafe kepada TB Diskon Togamas dengan pembagian yang telah diatur. Kedua adalah sewa kapling usaha, dan ketiga adalah penitipan pembayaran, pemilik kapling/*counter* usaha yang telah menyewa menitipkan transaksi kepada TB Diskon Togamas melalui kasir bersama.

#### **3.1.5. Struktur Organisasi dan Jumlah Karyawan**

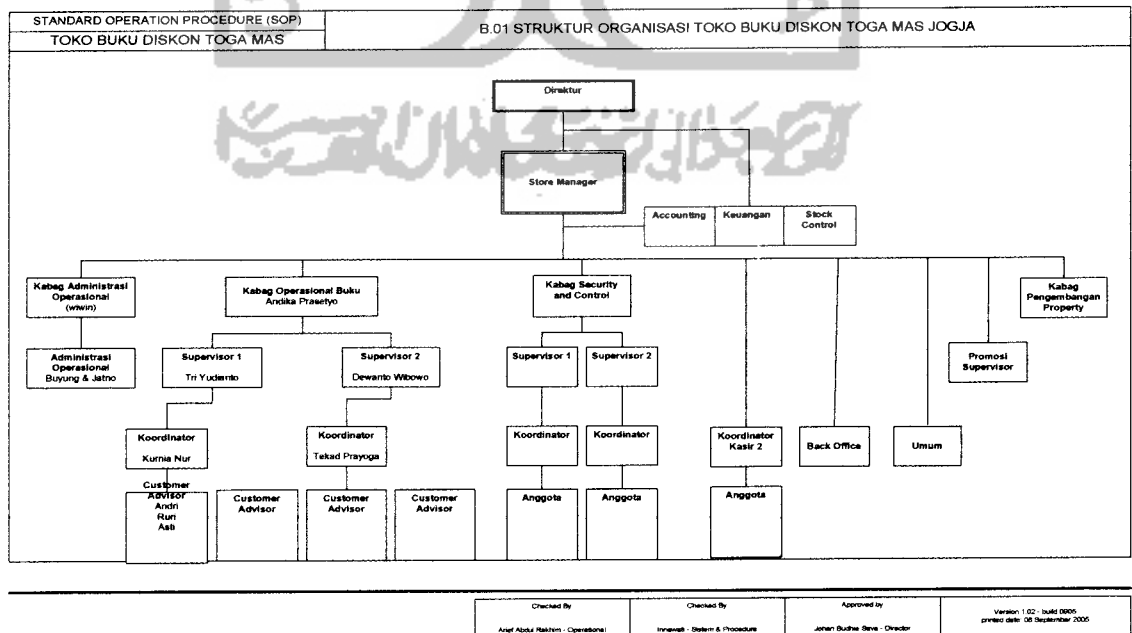
TB Diskon Togamas memiliki manajemen yang sudah modern dan rapi. Susunan organisasi TB Diskon Togamas adalah sebagai berikut:

- Direksi
- Store Manager
- Accounting
- Keuangan
- Stock Control
- Kabag. Administrasi
- Kabag. Operasional Buku

- Kabag. Security dan Control
- Kabag. Pengambilan Property
- Administrasi Operasional
- Supervisor 1
- Supervisor 2
- Supervisor Promosi
- Koordinator
- Back Office
- Bagian Umum
- Customer Advisor, dan
- Anggota

Sedangkan jumlah karyawan ada 52 orang. Secara rinci struktur organisasi beserta garis tugas TB Diskon Togamas adalah sebagai berikut:

**Gambar 3.1.**



Checked By Arief Abdul Rabbani - Operasional	Checked By Irwani - Sistem & Procedure	Approved by Johan Budhi Dena - Director	Version 1.02 - build 0905 printed date 08 September 2005
---	---	--	---

### 3.1.6. Luas Area Toko

Luas lahan TB Diskon Togamas Yogyakarta berukuran 1000 m<sup>2</sup> beserta dengan lahan parkir.

### 3.1.7. Konsep Desain Toko

TB Diskon Togamas memiliki gaya interior dan eksterior yang baru bagi usaha perbukuan di Yogya. Konsep desain toko dibuat serasi dengan misi utama pendiriannya yaitu mengembangkan ilmu pengetahuan dan budaya. Desain interior bergaya etnik Jawa namun tetap berkesan modern. Pemilihan material kayu dan jerami sebagai unsur dominan mewakili sisi tradisional Jawa dan tirai putih serta batik yang digantungkan mewakili gaya arsitektur modern.

Bangunan toko ini memiliki dua lantai, lantai pertama digunakan untuk gerai penjualan buku dilengkapi dengan counter independen yang menyewa kapling usaha, tempat penitipan barang, dan kantor. Sedangkan di lantai dua terdapat *Jendelo Kafe'*, perpustakaan kecil dan ruang serba guna untuk acara bedah buku, pameran seni maupun kegiatan lainnya.

### 3.1.8. Sistem Pengadaan Barang

Pengadaan *merchandise* didapatkan dengan tiga cara dari *supplier*, yaitu dengan sistem konsinyasi, kredit dan pembayaran tunai. Cara ini disesuaikan dengan tawar-menawar dengan pihak penerbit.

### 3.1.9. Jasa Pendukung/Fasilitas

Dalam menjual buku, TB Diskon Togamas memberikan jasa pendukung penjualan. Fasilitas itu adalah tempat penyimpanan barang bawaan konsumen, mesin pencari buku atau katalog elektronik, sampul buku gratis dan parkir gratis.

### 3.1.10. Bentuk Komunikasi dan Promosi

TB Diskon Togamas telah mempunyai manajemen yang modern sehingga terdapat divisi khusus yang menangani masalah komunikasi maupun promosi. Bentuk promosi yang dilakukan TB Diskon Togamas dimulai dari wajah toko dan *marquee* yang menunjukkan identitas toko, penerimaan tamu oleh satpam, pemasangan spanduk, brosur, *talk show* di radio, pameran galeri, bedah buku, *gift* dan *voucher*.

### 3.1.11. Jumlah Pengunjung

Berdasarkan jumlah transaksi yang terjadi setiap hari tercatat 1000-2000 transaksi per hari. Dengan demikian jika diasumsikan terdapat dua orang pengunjung dalam setiap transaksi, maka jumlah perkiraan pengunjung per hari adalah 2000-4000 pengunjung.

## 3.2. Variabel Penelitian

- a. Variabel Dependen adalah persepsi konsumen
- b. Variabel Independen terdiri atas dua hal:
  - Atribut-atribut TB Diskon Togamas berdasarkan *Retail Marketing Mix* (Ma'ruf, 2005: 114), yaitu: Lokasi, *Pricing*, *Merchandise*, Periklanan&Promosi, Suasana dalam toko dan *Retail Service*.
  - Karakteristik konsumen, yaitu: jenis kelamin, jenjang pendidikan dan usia

### 3.3. Definisi Operasional Variabel

Secara operasional definisi variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Variabel dependen

Persepsi Konsumen, yaitu gambaran atau pandangan atau penilaian konsumen terhadap *performance* TB Diskon Togamas Yogyakarta.

#### b. Variabel independen

- Atribut toko yang mengacu pada *Retail Marketing Mix*, yaitu:

- **Lokasi**

Tempat atau area atau ruang didirikannya suatu bangunan toko/gerai/perusahaan.

- **Pricing**

Proses penetapan harga barang yang akan dijual

- **Merchandise**

Merupakan proses pengadaan barang-barang yang dijual yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko untuk disediakan dalam toko dalam jumlah, waktu dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel.

- **Periklanan dan Promosi**

Merupakan program pemasaran yang dilakukan untuk memperkuat citra yang diinginkan toko atau perusahaan ritel dan meningkatkan publisitas.

- **Suasana/Atmosfer dalam toko**

Merupakan suasana yang dirasakan konsumen saat berada di dalam toko.

- **Retail service**

Hal-hal yang dapat memfasilitasi para konsumen terdiri atas layanan pelanggan, *personal selling*, layanan transaksi berupa cara pembayaran yang mudah, layanan keuangan berupa penjualan kredit, dan fasilitas-fasilitas seperti toilet, tempat mengganti pakaian bayi, *food court*, telepon umum dan sarana parkir.

- Karakteristik konsumen, yaitu:

1. **Usia**

Kurang dari 20 tahun

Antara 20 - 40 tahun

Lebih dari 40 tahun

2. **Jenis Kelamin**

Laki-laki

Perempuan

3. **Jenjang Pendidikan**

SMA

Diploma – S1

S2 – S3



### 3.4. Instrumen atau Alat Pengumpul Data

Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah kuisioner. Metode kuisioner yaitu cara pengumpulan data dengan membagikan sejumlah daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis kepada sampel penelitian. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *simple random sampling* yang ditemui secara *accidental*.

Kuisioner terdiri atas dua bagian. Bagian pertama berisi data identitas responden beserta karakteristiknya dan bagian kedua adalah bagian inti, yaitu berisi pertanyaan penelitian yang terbagi atas dua dimensi, pertama tingkat kepentingan atribut dan kedua kinerja atribut. Responden diminta mengisi kuisioner dengan memilih jawaban yang dianggap paling tepat dalam skala Likert lima titik, yaitu:

#### **Dimensi Kepentingan**

- Sangat penting = 5
- Penting = 4
- Cukup penting = 3
- Kurang penting = 2
- Tidak penting = 1

#### **Dimensi Kinerja**

- Sangat baik = 5
- Baik = 4

- Cukup baik = 3
- Kurang baik = 2
- Tidak baik = 1

### 3.5. Uji Validitas

Validitas adalah alat yang dapat menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang hendak diukur (Singarimbun dan Effendi (ed.), 1995: 124). Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara masing-masing butir pertanyaan dengan skor total pertanyaan. Tinggi rendahnya validitas alat ukur menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik analisis butir yaitu dengan membandingkan nilai korelasi Pearson dengan nilai *r product moment tabel*. Koefisien penentuan (*Coefficient of Determination*) diberi notasi *r*.

Menurut Nurgiyantoro dkk. (2000: 298), jika koefisien korelasi yang diperoleh lebih besar atau sama dengan koefisien di tabel nilai-nilai kriti-kritis *r*, yaitu pada taraf 5% atau 1%, instrumen yang diujicobakan dapat dinyatakan valid.

Dengan menetapkan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5% dan  $N=30$  maka nilai *r* tabelnya adalah 0.361. Suatu butir pertanyaan dapat dikatakan valid jika nilai Pearson Correlation  $\geq r$  tabel. Formulasi koefisien korelasi adalah:

$$r_{xy} = \frac{N \sum (xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara skor butir X dengan skor butir Y

$N$  : Jumlah responden yang diuji

$\sum x$  : Jumlah skor butir X

$\sum y$  : Jumlah skor butir Y

$\sum x^2$  : Jumlah skor butir X kuadrat

$\sum y^2$  : Jumlah skor butir Y kuadrat

### 3.6. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan (Nurgiyantoro, 2000: 140). Pengukuran yang dihasilkan relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan kembali. Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi alat ukur dalam pengukuran gejala yang sama atau menghasilkan hasil-hasil yang konsisten. Dapat dilakukan dengan metode metode belah dua dan dapat dihitung dengan koefisien alpha ( $\alpha$ ).

Nilai reliabilitas beragam antara 0–1. Malhotra (2005:310) menyebutkan bahwa suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel atau handal jika nilai reliabilitasnya paling tidak 0,6 atau yang lebih besar dari 0,6. Semakin besar nilai alpha (mendekati angka 1), maka semakin tinggi pula tingkat reliabilitasnya. Oleh karena itu, suatu butir pertanyaan dapat dikatakan reliabel manakala nilai koefisien alpha lebih besar dari 0,6. Uji reliabilitas juga dapat dihitung dengan

formulasi teknik belah dua (Ancok dalam Singarimbun dan Effendi, 1995: 143) sebagai berikut:

$$r_{tot} = \frac{2(r_{tt})}{1 + r_{tt}}$$

Dimana:

$r_{tot}$  : Angka reliabilitas keseluruhan item

$r_{tt}$  : Angka korelasi belahan pertama dan belahan kedua

### **3.7. Data dan Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.7.1. Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya dan dicatat pertama kalinya. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner dan wawancara dengan manajemen perusahaan guna mendapatkan data berkaitan dengan profil perusahaan.

#### **3.7.2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang tidak diusahakan sendiri keberadaannya oleh penulis. Penulis mendapatkannya dari berbagai sumber. Seperti lembaga swasta, buku, koran, majalah atau artikel bebas lainnya. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data sekunder dari majalah, data kepustakaan, dan data internal TB Diskon Togamas.

### 3.8. Populasi dan Sampel

#### 3.8.1. Populasi

Populasi merupakan kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Kelompok subjek harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik-karakteristik bersama yang membedakannya dari kelompok subjek yang lain (Azwar, 1999). Sedangkan menurut Ida Bagoes Mantra dan Kasto dalam Singarimbun dan Effendi (*ed.*, 1995), populasi atau *universe* adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang membeli di TB Diskon Togamas.

#### 3.8.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi, karena ia merupakan bagian dari populasi, tentulah ia harus memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasinya (Azwar, 1999). Sampel diambil dengan teknik probabilitas yaitu cara *random* dimana setiap subjek memiliki peluang yang sama besar untuk terpilih menjadi sampel (Azwar, 1999: 81). Penyebaran kuesioner dilakukan kepada konsumen yang pernah membeli di TB Diskon Togamas. Jumlah sampel yang akan diteliti ditentukan berdasarkan besaran maksimal kesalahan yang diinginkan dan derajat keyakinan dimana kesalahannya tidak melebihi maksimal *error*-nya (Saleh, 2000: 160). Formulasi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$N = \frac{1}{4} \left[ \frac{Z \frac{1}{2} \alpha}{E} \right]^2$$

Dimana:

$N$  : Jumlah sampel

$E$  : Standar deviasi maskimal yang diinginkan

$Z$  : Luas kurve normal standar

$\alpha$  : Taraf signifikansi

Dengan menggunakan probabilitas atau  $\alpha = 0,5\%$  dan tingkat kesalahan yang diinginkan tidak lebih dari 0,1, maka dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} N &= \frac{1}{4} \left[ \frac{1,96}{0,1} \right]^2 \\ &= 96,04 \\ &= 96 \text{ sampel} \end{aligned}$$

### 3.9. Alat Analisis

#### 3.9.1. Analisis Kualitatif

Analisis ini bersifat deskriptif, digunakan untuk mengetahui karakteristik responden sebagai gambaran atau profil berdasarkan jenis kelamin, jenjang pendidikan dan usia.

#### 3.9.2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif merupakan analisis yang mendasarkan diri pada angka matematis yang dapat ditafsirkan sesuai dengan kasus yang diteliti. Dalam mengolah data digunakan program SPSS 12.0 for Windows. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

## 1. Indeks Persepsi/Analisis Rata-rata

Alat analisis ini digunakan untuk mengetahui persepsi konsumen secara umum terhadap atribut TB Diskon Togamas berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja atribut yang diteliti dan mencari atribut yang paling dominan membentuk persepsi konsumen yaitu atribut yang memiliki nilai rata-rata yang paling tinggi.

Pengukuran persepsi dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$IP = \frac{\sum W_i \cdot X_i}{\sum W_i}$$

IP = Indeks Persepsi

$X_i$  = Tingkat kepentingan

$W_i$  = Kinerja

Interpretasi hasil perhitungan indeks persepsi dengan mengacu pada interval yang didapatkan dari hasil perhitungan matematis skor terendah dan skor tertinggi. Dalam penelitian ini skor terendah diberi bobot 1 dan skor tertinggi diberi bobot 5 sesuai dengan skala Likert lima titik yang digunakan. Penilaian dimulai dari sangat tidak baik, tidak baik, cukup baik, baik, Sangat baik.

## 2. Analisis Kruskal-Wallis H Test

Alat analisis ini digunakan untuk mengetahui kemungkinan adanya perbedaan persepsi konsumen terhadap TB Diskon Togamas berdasarkan karakteristik konsumen.

Analisis Kruskal-Wallis menghitung frekuensi hasil observasi dengan frekuensi yang diharapkan peneliti dari sampel yang datanya bersifat ordinal berdasarkan peringkat. Asumsi yang digunakan dalam analisis ini adalah bahwa

variabel acak dengan beberapa sampel (lebih dari dua) yang dibandingkan bersifat kontinu dan identik. Dengan uji ini semua sampel digabungkan kemudian semua nilai sampel diberi peringkat dari nilai terkecil sampai dengan nilai terbesar.

Hasil perhitungan analisis ini (H notasi statistik dalam Kruskal-Wallis) kemudian dibandingkan dengan derajat alpha yang dapat diketahui dari tabel nilai kritis statistik uji Kruskal-Wallis. Apabila banyaknya sampel dan atau nilai pengamatan per sampel sedemikian sehingga kita tidak dapat menggunakan tabel tersebut, maka kita membandingkannya dengan nilai-nilai distribusi Chi-kuadrat  $X^2$  dengan  $df X^2 = K-1$ . Hal ini dikarenakan bahwa nilai H tabel kurang lebih tersebar (mendekati) dengan distribusi Chi-Kuadrat untuk  $df K-1$  (Wayne, 1989: 260). Untuk memudahkan perhitungan digunakan program SPSS 12.0 for Windows.

Analisis dilakukan dengan cara menguji hipotesa dari empat variabel independen yang diambil dari populasi yang sama. Keempat variabel itu adalah usia, jenis kelamin dan jenjang pendidikan. Rumus H adalah:

$$H = \frac{12}{N(N+1)} \sum_{j=1}^k \frac{R_j^2}{n_j} - 3(N+1)$$

Dimana:

- H : Nilai uji Kruskal-Wallis
- N : Banyak baris dalam tabel
- k : Banyak kolom
- R<sub>j</sub> : Jumlah rangking dalam kolom



Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisa ini adalah:

- a. Menentukan hipotesa nihil ( $H_0$ ) dan hipotesa alternatif ( $H_a$ )

$H_0$  : Tidak terdapat perbedaan persepsi konsumen yang signifikan terhadap TB Diskon Togamas berdasarkan karakteristik konsumen

$H_a$  : Terdapat perbedaan persepsi konsumen yang signifikan terhadap TB Diskon Togamas berdasarkan karakteristik konsumen

- b. Menentukan *Level Of Significance*. Ditentukan besarnya taraf nyata  $\alpha$  adalah 0,05 atau 5 % dimana H mendekati distribusi Chi-Kuadrat  $X^2$  dengan  $df X^2 = K-1$ .

- c. Pengambilan keputusan

- Jika  $H$  hitung  $> X^2$  tabel dengan taraf nyata  $\alpha$  dan dengan  $df = K-1$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya tidak ada perbedaan persepsi konsumen yang signifikan terhadap TB Diskon Togamas
- Jika  $H$  hitung  $< X^2$  tabel dengan taraf nyata  $\alpha$  dan dengan  $df = K-1$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya ada perbedaan persepsi konsumen yang signifikan terhadap TB Diskon Togamas