



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian menurut Soerjono Soekanto, dipilah menjadi 2 yaitu metode dan penelitian. Metode menurut beliau adalah proses, prinsip-prinsip, dan tata cara memecahkan suatu masalah, sedangkan penelitian adalah pemeriksaan secara hati-hati, tekun, dan tuntas terhadap suatu gejala untuk menambah pengetahuan manusia. Kesimpulannya metode penelitian adalah proses, tata cara, dan pemeriksaan suatu masalah atau gejala secara tuntas untuk menambah pengetahuan manusia. Metode penelitian sangat penting di dalam membuat suatu karya yang memiliki suatu fenomena atau gejala tertentu. Oleh karena itu, penulis akan memaparkan mengenai jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. (Soekanto, 1982:6). *Hills Fashion Outlet* menjadi objek penelitian yang penulis pilih. *Hills Fashion Outlet* adalah Fashion Outlet yang cukup besar yang berada di Gading Serpong.

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian yang penulis lakukan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. (Moleong, 2007:6). Penulis melakukan penelitian kualitatif dengan cara wawancara langsung terhadap subjek penelitian di lapangan.

Pendekatan yang peneliti lakukan dalam penelitian ini yaitu pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif adalah pendekatan yang berusaha menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data. Jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai *Hills Fashion Outlet* secara mendalam dan lengkap. Penulis juga berharap dengan menggunakan penelitian kualitatif ini dapat menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi oleh *Hills Fashion Outlet*. (Muslikh, 2012).

### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian penulisterhadap *Hills Fashion Outlet* dilakukan langsung di lapangan dengan cara wawancara dan observasi yaitu di *Hills Fashion Outlet* Jalan Boulevard Raya Blok M5 No. 8A, Gading Serpong – Tangerang. Penulis sudah melakukan penelitian sebanyak lima kali terhadap *Hills Fashion Outlet*. Kegiatan penelitian ini dilakukan pada bulan September sampai dengan November tahun 2015.

### **3.3 Wawancara**

Wawancara menurut Stewart dan Cash (2012) adalah proses komunikasi interaksi antara dua pihak yang setidaknya satu diantara mereka memiliki tujuan serius yang telah ditetapkan dan melibatkan proses tanya jawab tentang sesuatu. (Kato, 2015).

### 3.3.1 Wawancara dengan Owner Hills Fashion Outlet

Penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik *Hills Fashion Outlet* yang bernama Niko Deb. Wawancara ini dilaksanakan pada tanggal 20 September, 28 September, 10 Oktober, dan 20 Oktober tahun 2015 yang bertempat di *Hills Fashion Outlet* Jalan Boulevard Raya Blok M5 No. 8A Gading Serpong, Tangerang.



Gambar 3.1. Penulis dengan Owner Hills Fashion Outlet

(Sumber : Dokumentasi Penulis)

Hasil wawancara dengan pemilik Hills Fashion Outlet dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Hills dibangun memakai konsep yang unik sesuai dengan namanya yaitu konsep bukit.

- Produk yang ditawarkan Hills sangat lengkap mulai dari berbagai macam produk aksesoris maupun produk fashion pria dan wanita.
- Hills ini menjangkau *middle-low* sampai *middle up class* di masyarakat.
- Target pasar utama yang Hills tuju adalah kaum muda.
- Hills jika dilihat memiliki bangunan yang megah dan mewah tetapi produknya bisa menjangkau semua kalangan masyarakat.
- Hills ingin menjadi tempat one stop shopping dengan atmosphere yang nyaman.
- Hills pada jangka waktu ke depan akan membuka sebuah kafe.
- Produk Hills berasal dari *export quality* dengan berbagai macam merek dengan kualitas yang masih sangat baik.
- Dalam jangka waktu ke depan Hills akan bekerja sama dengan *Clique Kitchen and Bar*.
- Hills sudah pernah melakukan promosi tetapi hanya lewat jalur offline (cetak), seperti umbul-umbul.
- Hills juga sudah bergabung dengan *Explore Summarecon* untuk mempromosikan Hills itu sendiri.
- Promosi juga sudah dilakukan oleh Hills melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram.

Jadi dari hasil wawancara tersebut penulis menyimpulkan bahwa Hills Fashion Outlet memiliki kualitas produk yang sangat bagus dan bisa berpotensi untuk menjadi tempat *one stop shopping* yang nyaman, tetapi tidak banyak orang yang mengetahui Hills karena kurangnya

media promosi yang dikeluarkan Hills. Penulis membuat media promosi online yaitu website untuk Hills agar Hills bisa dikenal banyak orang.

### 3.4 Observasi

Observasi menurut Surhasimi Arikunto adalah suatu pengamatan langsung terhadap lingkungan fisiknya atau pengamatan langsung terhadap aktifitas yang sedang berlangsung terhadap suatu kajian objek dengan menggunakan alat inderanya, atau suatu usaha yang dilakukan dengan sengaja dan sadar untuk mengumpulkan data dan dilakukannya dengan cara sistematis dan sesuai prosedurnya. (Susanto, B. (2015).

Penulis melakukan observasi langsung di lapangan yaitu di Hills Fashion Outlet. Observasi dilakukan untuk membantu penulis dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan, seperti data tentang produk apa saja yang dijual di Hills, gambar suasana di Hills, dan data-data lainnya. Penulis mendapatkan beberapa data yang penting dari hasil observasi yaitu Hills Fashion Outlet memiliki tempat yang sangat nyaman untuk berbelanja produk-produk fashion dan penempatan produk di Hills juga sangat rapih dan teratur sehingga pelanggan yang ingin berbelanja di Hills dapat menemukan barang yang diinginkannya dengan mudah. Menurut Penulis, Hills Fashion Outlet sangat cocok sebagai tempat *one stop shopping* karena tempatnya yang luas dan mewah.

Berikut adalah foto-foto hasil observasi penulis di Hills fashion Outlet:



Gambar 3.2. Lobby Hills Fashion Outlet

(Sumber : Dokumentasi Penulis)

UMMN





Gambar 3.3. Produk di Hills Fashion Outlet

(Sumber : Dokumentasi Penulis)



Gambar 3.4. Suasana di dalam Hills Fashion Outlet

(Sumber : Dokumentasi Penulis)

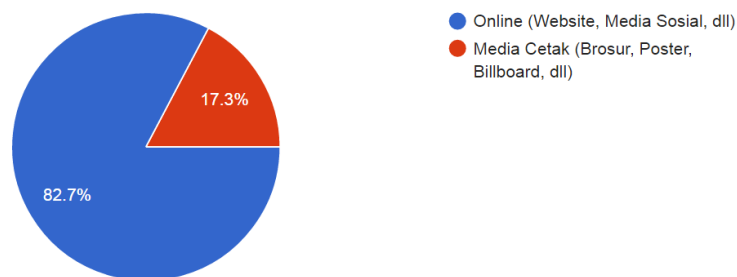


### 3.5 Kuesioner

Penulis melakukan pengumpulan data yang cukup luas dengan kuesioner dari *google form*. Penulis menyebarkan kuesioner melalui *google form* secara online dan membuat pertanyaan sesuai dengan perancangan media promosi website Hills Fashion Outlet, dan mendapatkan cukup banyak respon yaitu 81 respon. Berikut beberapa gambar grafik dari kuesioner yang disebar penulis:

Dari mana biasanya anda mendapatkan informasi tentang toko fashion favorit anda?

(81 responses)

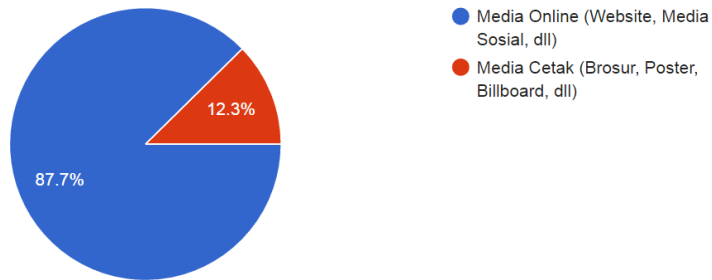


Gambar 3.5. Pertanyaan Pertama

Hasil dari pertanyaan ini adalah bahwa banyak orang yang menggunakan jalur online yaitu website untuk mencari informasi tentang toko fashion favoritnya

Menurut anda media manakah yang lebih mudah dan cepat untuk mengetahui atau mengenal suatu tempat?

(81 responses)

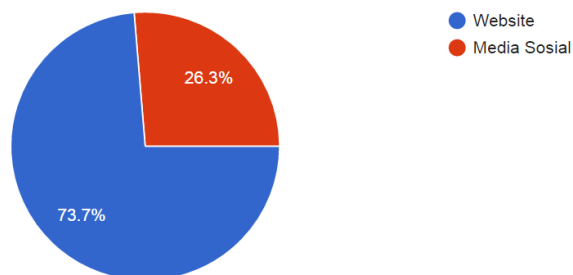


Gambar 3.6. Pertanyaan kedua

Hasil dari pertanyaan kedua ini adalah media online khususnya website paling banyak digunakan untuk mencari tahu suatu tempat dibandingkan dengan media cetak seperti brosur dan poster.

Menurut anda media online manakah yang paling cocok untuk mempromosikan suatu tempat?

(81 responses)



Gambar 3.7. Pertanyaan Ketiga

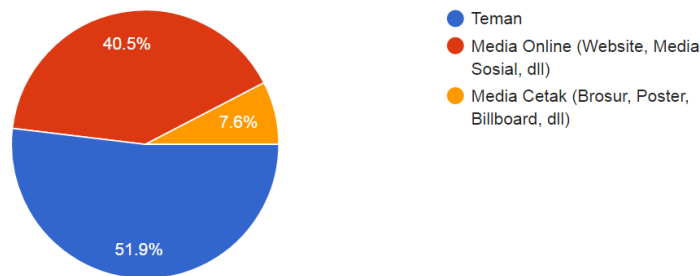
Hasil dari pertanyaan ketiga ini adalah media online website yang paling banyak dipilih dan digunakan untuk mempromosikan suatu tempat dengan presentase 73,7% dibandingkan dengan media sosial yang hanya mendapatkan presentase 26,3%.



Gambar 3.8. Pertanyaan keempat

Hasil dari pertanyaan ini adalah lebih banyak orang yang sudah mengetahui Hills Fashion Outlet dengan presentase 56,8% dan yang tidak mengetahui Hills Fashion Outlet sebanyak 43,2%.

Dari mana anda bisa mengetahui Hills Fashion Outlet? (81 responses)



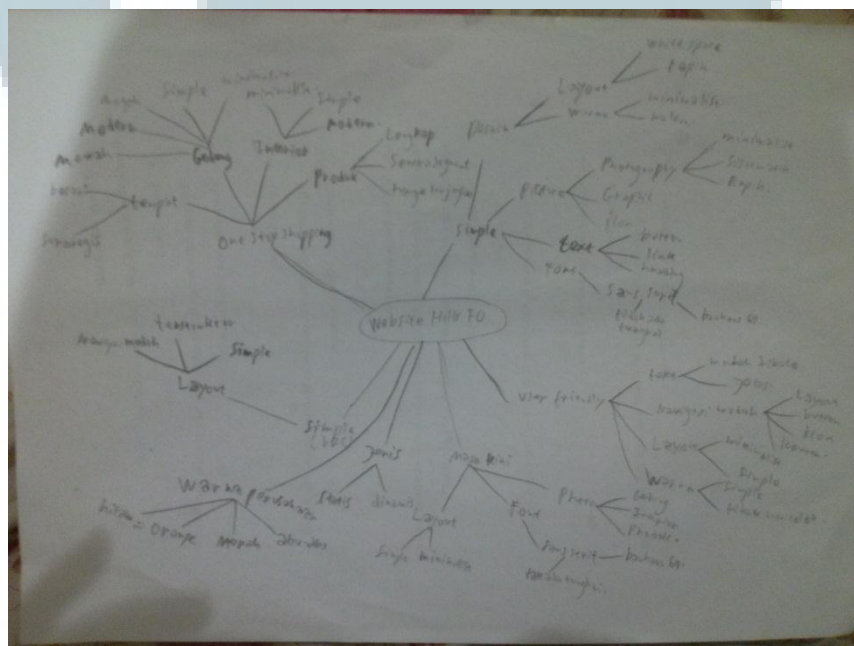
Gambar 3.9. Pertanyaan Kelima

Hasil dari pertanyaan terakhir ini adalah banyak orang yang mengetahui nama Hills Fashion Outlet melalui teman (dari mulut ke mulut), tetapi cukup banyak juga yang mencari tahu Hills Fashion Outlet lewat media online yaitu website.

Jadi kesimpulan dari kuesioner ini adalah hampir semua orang pada jaman sekarang menggunakan media online seperti website untuk mencari suatu tempat maupun informasi apapun, karena media online seperti website dapat menemukan suatu informasi dengan cepat dan tepat. Dari hasil kelima pertanyaan di atas disimpulkan bahwa Hills Fashion Outlet paling banyak dikenal dengan cara diberi tahu secara lisan (teman), tetapi cara tersebut kurang efektif karena jika hanya dari teman penyebaran tentang Hills Fashion Outlet terbatas. Jika melalui media online seperti website penyebarannya bisa sangat luas ke berbagai belahan dunia. Penulis memilih merancang website karena di pertanyaan pertama dan kedua banyak sekali yang memilih memakai media online untuk menemukan suatu tempat ataupun informasi.

### 3.6 Mind Mapping

*Mind Mapping* pertama kali ditemukan oleh Tony Buzan, seorang psikolog dari Inggris. *Mind Mapping* dapat diartikan sebagai proses memetakan pikiran untuk menghubungkan konsep-konsep permasalahan tertentu. *Mind Mapping* menurut Tony Buzan, sangat banyak membantu dalam memecahkan suatu masalah. (Riadi, M. (2014). Penulis membuat *Mind Mapping* untuk memetakan masalah atau fenomena tentang Hills Fashion Outlet. Penulis memilih satu kata kunci terlebih dahulu setelah itu kata kunci tersebut diperluas. Berikut gambar *Mind Mapping* yang penulis buat:



Gambar 3.10. *Mind Mapping*

(Sumber : Dokumentasi Penulis)