

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi didalam dunia desain interior terjadi dengan pertukaran lambang berupa bentuk-bentuk dari element pembentuk ruang serta elemen pengisi ruangnya. Tiap unsur bentuk berupa garis, bidang, tekstur, dan bahan memiliki sifat-sifat dan reaksi yang mengandung arti makna tertentu yang harus dipahami oleh publik. Untuk dapat memahami keinginan dan harapan publik atas desain interior yang dirancang sedemikian rupa, maka perlu dilakukan komunikasi yang intensif serta indentifikasi fisik bangunan yang cermat. Bagaimanapun keinginan publik merupakan titik tolak perancangan, jadi segala yang menjadi keinginan dan harapannya atas ruang hasil desain interior harus benar-benar menjadi pertimbangan.

Pesan yang disampaikan melalui desain interior tersebut diperlukan timbal balik (*feedback*) berupa sikap yang memberikan reaksi terhadap pesan yang diterimanya. Timbal balik yang diterimanya dapat bermanfaat untuk memberi informasi dan saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dan membantu untuk menumbuhkan kepercayaan pengunjung terhadap *Giggle Box café and resto*.

Berdasarkan *Environment-Behavior Relationships Theory* yang dikembangkan oleh Bell, Greene, Fisher, dan Baum (1978), teori ini memiliki asumsi bahwa secara tidak langsung seseorang beradaptasi terhadap stimulus yang merubah reaksi seseorang setiap waktu, dimana seseorang digambarkan dapat

menyesuaikan diri atau tidak bergantung pada konsekuensinya. Desain interior Giggle Box *café and resto* merupakan suatu stimulus yang diberikan oleh *café and resto* ini kepada pengunjung untuk menumbuhkan sikap pengunjung agar memberikan penerimaan atau penolakan terhadap Giggle Box *Café and resto*.

Desain interior sebuah *café and resto* sesungguhnya merupakan bagian dari pesan apa yang akan disampaikan, artinya melalui desain interior dapat mencerminkan karakter desain interior menarik yang akan menimbulkan kesan bahwa *café and resto* tersebut memang ingin dikenal sebagai pihak yang mengutamakan kecermatan dan keindahan, sebaliknya jika desain interior itu tidak cermat, kesan yang muncul adalah bahwa pihak restoran tersebut tidak mengutamakan kecermatan dan keindahan. Desain interior yang baik adalah desain interior yang komunikatif dan informatif yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung yang datang, sehingga dapat berbicara banyak secara non verbal kepada penerima pesan.

Pesan yang baik dari desain interior sebuah *café and resto* adalah desain interior yang mengetahui segmentasi pasar konsumen yang akan didatangkan, atau desain interior yang berbeda dari yang lain. Namun dapat menjadi tren desain interior baru dikalangan *café and resto* lainnya. Dari uraian diatas dapat kita ketahui bahwa nyaman seorang konsumen adalah ketika dia merasa nyaman dengan keadaan sekelilingnya, suasana yang membuat hangat. Sehingga konsumen tersebut merasa betah berada di *café*. Karena pada era sekarang ini, manusia sangat terpengaruh oleh pada satu keadaan. Dimana seseorang akan merasa nyaman jika orang tersebut berada disuatu tempat yang dianggapnya

menyenangkan, maka dari itu desain interior pada saat ini sangat beragam dan diciptakan sangat unik agar dapat menciptakan suasana yang menyenangkan.

Desain interior adalah merencanakan, menata, dan merancang ruang-ruang dalam bangunan. Tatanan fisik dapat memenuhi kebutuhan dasar kita akan sarana untuk bernaung dan berlindung, menentukan langkah sekaligus mengatur bentuk aktifitas kita, memelihara aspirasi kita dan mengekspresikan ide- ide yang menyertai segala tindakan kita : mempengaruhi penampilan, perasaan dan kepribadian kita Oleh sebab itu, maksud dan tujuan desain interior adalah untuk memperbaiki fungsi,memperkaya nilai estetika dan meningkatkan aspek psikologis dari ruang .

Desain interior bertujuan menyusun secara teratur bagian demi bagian menjadi satu tatanan yang utuh demi maksud- maksud tertentu Dalam desain interior , elemen- elemen yang dipilih dan ditata menjadi pola tiga dimensi sesuai dengan garis- garis besar fungsi, estetika dan perilakunya. Hubungan antara elemen- elemen yang terbentuk dari pola –pola ini pada akhirnya menentukan kualitas visual dan kecocokan fungsi suatu desain interior , dan mempengaruhi bagaimana kita memahami dan menggunakannya.

Desain interior dianggap baik dan bagus menurut pendapat perancangnya, kliennya atau orang lain yang dan menggunakan desain interior tsb, karena salah satu dari beberapa alasan sebagai berikut :

1. Sebuah desain interior dianggap bagus sebab telah memenuhi fungsinya dengan baik.

2. Sebuah desain interior dianggap bagus sebab biaya murah-ekonomis,efesien dan tahan lama.
3. Sebuah desain interior dianggap bagus sebab tampak indah secara estetis menyenangkan.
4. Sebuah desain interior dianggap bagus sebab dapat menimbulkan kembali perasaan dan ingatan akan suatu waktu dan tempat- membawa arti.

Desain interior merupakan salah satu faktor yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sehari-hari. Baik dari desain interior interior maupun desain interior eksterior dirancang sedemikian rupa unntuk tujuan tertentu. Seringkali masyarakat tidak menyadari pengaruh desain interior lingkungan fisik, baik desain interior interior maupun eksterior, yang setiap harinya berinteraksi dengan mereka.

Perkembangan desain interior café pada saat ini di kota Bandung sangat berkembang pesat, bisa kita lihat sebagai salah satu contohnya adalah di jalan Progo terdapat beberapa desain interior café yang sedang dan sudah dibangun. Adapun yang sudah dibangun adalah café and resto Humming Bird, The Strudels, Kopi Progo, Gigggle Box, dan Rumah Coklat Adapun yang sedang dibangun terdapat tiga café yaitu di Jalan Progo 25, Progo 12, Progo 35. Di jalan Progo kurang lebih terdapat delapan café, apalagi di kota Bandung yang merupakan sebuah kota yang mempunyai ciri khas wisata belanja dan wisata kuliner

Persaingan antar sebuah café satu dengan yang lainnya akan terasa sangat terasa. Berawal dari itu maka ciri khas dari desain interior café sangat diperlukan agar dapat mendatangkan konsumen yang banyak, setiap café dituntut untuk

mengemas café-nya agar unik dan mampu bersaing agar dapat menarik perhatian pengunjung melalui tampilan visual, karna itulah yang pertama kali dilihat oleh pengunjung. Dari permasalahan tersebut mengapa terjadi perbedaan jumlah pengunjung terhadap café yang mempunyai nuansa dan desain interior yang berbeda dengan yang lain adakah ini semua pengaruh dari desain interior sebuah café tersebut, atau pengaruh dari rasa makanan dan penyajiannya dan juga atau dari bentuk servis yang diberikan oleh waiternya yang prima?.

Giggle Box merupakan sebuah *café and resto* yang berdiri sejak 10 februari 2010, dari sejarah berdirinya Giggle Box adalah ketika pemilik-nya menginginkan suatu tempat yang dimana dapat menghilangkan kepenatan ketika se usai beraktifitas ataupun ketika kita sedang bermuram hati. Maka dari itu dapat kita lihat dari pengertiannya Giggle Box adalah tempat kotak dimana kita dapat tertawa sampai terkikih-kikih, dari pengertian tersebut maka Giggle Box sangat memperhatikan penanpilan fisik dengan memberikan nuansa desain interior yang hangat. Dimana pengunjung dibawa kedalam suasana hangat serasa didalam café yang berada di negara bagian Eropa.

Café and resto ini juga bukan hanya sekedar menyajikan desain interior bergaya Eropa, akan tetapi dari segi menu makananpun Giggle Box menawarkan menu yang bersal dari Eropa seperti *Fish And Chip, Lamb Chop, Chiken schintzel, beef schintzel* dan masih banyak lagi. Dari kisaran harganya Giggle Box sangat terjangkau semua kalangan masyarakat, karena kisaran harganya dari Rp16 ribu – Rp 31 ribu.

Suasana *café and resto* ini bergaya eropa Lengkap dengan musik yang berasal dari penyanyi eropa pada jaman 80an. Warna putih, merah muda yang dominan serta interior kayu vintage bermodel *floral* dan *moderen cherish* menampilkan kesan westrn feminim yang apik. Dengan kapasitas 150 orang, 30 meja. Tempat ini memperlihatkan identitasnya melalui atribut-atribut detail yang menghiasi disegala sudut ruang. Berbeda dengan *café & resto* yang berada di jalan progo lainnya yaitu, kopi progo yang menawarkan ciri khas kopi namun tidak disesuaikan dengan konsep desain interior interior dan desain interior eksterior karena *café* tersebut hanya berdesain interior biasa, sama seperti *café* lainnya Namun dari segi harga hampir sama dengan *café-café* yang ada di jalan progo berkisar antara Rp 10.000 – 50 000 baik makanan maupun minuman

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti ingin mengetahui pengaruh desain interior *Giggle Box* terhadap minat pengunjung.

B. Identifikasi Masalah

Berkaitan dengan latar belakang penelitian dan rumusan masalah di atas maka penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini, yakni sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh antara faktor fisik desain interior *Giggle Box* *cafe and resto* terhadap minat pengunjung?
2. Bagaimana pengaruh antara faktor emosional desain interior *Giggle Box* *Café and Resto* terhadap minat pengunjung?
3. Bagaimana pengaruh desain interior *Giggle Box* *Café and Resto* terhadap minat pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara faktor fisik desain interior Giggle Box cafe and resto terhadap minat pengunjung.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara faktor emosional desain interior Giggle Box cafe and resto terhadap minat pengunjung.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara desain interior Giggle Box café and resto terhadap minat pengunjung?

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis dan Akademis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terhadap yang berhubungan dengan teori Environment-Behavior Relationships Theory, dalam kaitannya dengan desain interior sebagai teknik komunikasi non verbal dalam membentuk sikap publik terhadap suatu perusahaan. Dan mampu memberikan masukan bagaikan ilmu komunikasi khususnya bidang kajian ilmu hubungan masyarakat.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak management khususnya dibagian publik relations Giggle Box Café and Resto sebagai bahan konstruktif serta memberikan gambaran kepada perusahaan mengenai desain interior yang digunakan dalam lingkungan kerja dalam kaitannya dengan membentuk sikap publik terhadap perusahaan.

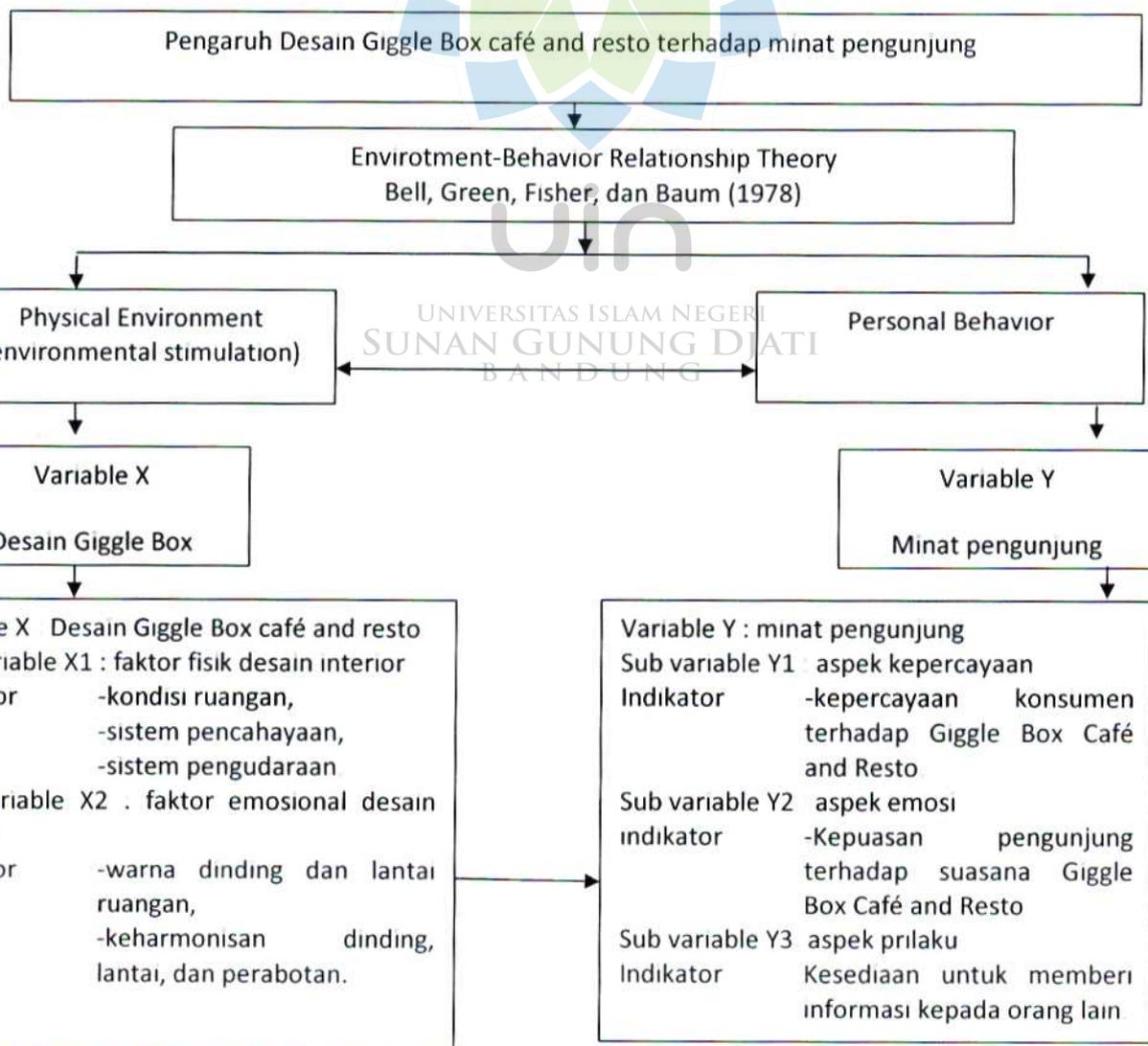
E. Kerangka Pemikiran

1. Kerangka Teoritis

Dari penelitian mengenai pengaruh antara desain interior Giggle Box café & resto terhadap minat pengunjung ini peneliti menggunakan Teori Hubungan-Prilaku (*Environment-Behavior relationship Theory (EBR)*) yang dikembangkan oleh Bell, Greene, Fisher, dan Baum (1978)

Teori ini memiliki asumsi dasar bahwa secara tidak langsung seseorang beradaptasi terhadap stimulus yang merubah reaksi seseorang setiap waktu, dimana seseorang digambarkan dapat menyesuaikan diri atau tidak bergantung pada konskuensinya. Model ini digambarkan sebagai berikut:

Skema Kerangka Berpikir



Penelitian ini *Environment-Behavior Relationship Theory* (EBR) digunakan untuk melihat sejauhmana desain interior Giggle Box cafe and resto yang dalam memberikan stimulus dalam hal ini desain interior , dalam membentuk minat tertentu terhadap pengunjung Giggle Box Café and Resto. Pengunjung mewakili karakteristik komunikasi sebagai komunikan yang masuk kedalam sebuah tatanan institusi baru. Mereka memiliki kecendrungan untuk mengumpulkan informasi sesuai dengan kebutuhannya untuk mengetahui lebih dalam tentang perusahaan tersebut.

Desain interior merupakan wujud pemberian stimuli yang dibutuhkan oleh pengunjung Giggle Box Café and Resto. Tahap selanjutnya terbentuk sikap pelanggan pada perusahaan terhadap stimuli yang diberikan melalui desain interior tersebut Desain interior yang baik dapat ditentukan oleh dua faktor yaitu faktor fisik dan faktor emosional. Faktor fisik desain interior meliputi kenyamanan pelayanan dari benda perabot-perabot yang mendukung fungsi, sistem pencahayaan dan sistem pengudaraan. Faktor emosional desain interior meliputi segi-segi estetika seperti pemilihan warna, tekstur, bahan, keharmonisan, keseimbangan, dan masih banyak lagi (Suptandar, 1999: 2).

Dalam penelitian ini, penulis menghubungkan antara desain interior Giggle Box café and resto terhadap minat pengunjung dimana sikap adalah perasaan seseorang terhadap objek, aktifitas, peristiwa dan orang lain. Perasaan ini menjadi konsep yang mempresentasikan suka atau tidak sukanya (positif, negatif, atau netral) seseorang pada sesuatu.

2. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan uraian yang menjelaskan konsep-konsep apa saja yang terkandung didalam asumsi teoritis yang digunakan untuk mengabstarkasikan (mengistilahkan) unsur-unsur yang terkandung didalam fenomena yang akan diteliti dan bagaimana pengaruh antara konsep-konsep tersebut.

Dilihat dari judulnya yaitu: “Pengaruh Desain interior Giggle Box Café and Resto terhadap Minat Pengunjung” maka krangka konseptual dalam penelitian ini, Secara garis besar variable-variable ini dapat diuraikan dalam dua variabel, yaitu

Variable X : Desain interior Giggle Box Cafe and resto

Variable Y : minat pengunjung Giggle Box Café and Resto

a. Konsep desain interior

Berdasarkan pendapat Pamuji Suptandar, desain interior merupakan karya arsitek atau desain interior yang khusus menyangkut bagian dalam dari suatu bangunan, bentuk-bentuknya sejalan dengan perkembangan ilmu dan teknologi yang dalam proses perancangan selalu dipengaruhi unsur-unsur geografi setempat dan kebiasaan social yang diwujudkan dalam gaya-gaya kontemporer.

Dalam bukunya yang berjudul “Desain interior Interior: Pengantar Merencana Interior untuk Mahasiswa Desain interior & Arsitektur”, Suptandar menyebutkan bahwa desain interior interior yang baik harus memperhatikan dua faktor yaitu;

1. Faktor fisik: yakni faktor dasar perencana yang ditunjukkan untuk kesehatan dan keamanan yang meliputi kenyamanan pelayanan yang mendukung kondisi ruangan, sistem pencahayaan, dan sistem pengudaraan. (Suptandar, 1999: 2)
2. Faktor Emosional. merupakan faktor yang meliputi segi-segi estetika seperti pemilihan warna, tekstur, bahan, dan keharmonisan (Suptandar, 1999: 2) Hal ini didukung pendapat raswon, dalam bukunya yang berjudul “design”, menjabarkan bahwa desain interior interior terbagi kedalam tiga bagian yaitu: kondisi ruangan, tata letak, dan komposisi warna.

b. Konsep minat pengunjung

minat adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berfikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Adapun minat mengandung tiga bagian (dominan). Ketiga sikap dominan tersebut adalah kognitif, afektif, dan konatif.

- 1) Kognisi berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. Komponen ini menjawab pertanyaan apa yang difikirkan atau dipersepsikan seseorang tentang suatu objek
- 2) Afeksi merupakan perasaan individu terhadap objek sikap dan menyangkut masalah emosi. aspek emosional inilah yang biasanya berakar paling dalam sebagai komponen sikap dan merupakan aspek yang paling bertahan terhadap pengaruh-pengaruh yang mungkin akan merubah sikap seseorang.

- 3) Konasi adalah perilaku atau kecenderungan untuk bertindak yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya terhadap suatu objek dengan cara tertentu. Kaitannya didasari oleh asumsi bahwa kepercayaan dan perasaan dapat mempengaruhi tertentu.

3. Kerangka Operasional

Kerangka operasional adalah penjelasan tentang variable-variable apa saja yang diturunkan dari konsep-konsep yang dipilih tadi dan bagaimana hubungan diantara variabel-variabel tersebut serta hal apa saja yang dijadikan indikator untuk mengatur variable yang bersangkutan.

Inti penelitian ini adalah mengetahui dua variable, variable yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variable yang lain dikatakan sebagai variable bebas (x), sedangkan variable yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variable yang mendahulunya disebut variable tidak bebas (y). (Rakhmat, 1993:12)

Adapun operasional variabelnya adalah.

Variable X	Sub Variabel	Indikator
Pengaruh desain interior interior (variable X)	Faktor Fisik	- Kondisi ruangan, - System pencahayaan, - System pengudaraan.
	Faktor Emosional	- Warna dinding dan lantai ruangan - Keharmonisan dinding, lantai, dan perabotan
minat pengunjung (variabel Y)	Aspek kepercayaan	- kepercayaan konsumen terhadap tema Gigggle Box Café and Resto
	Aspek emosi	- Kepuasan

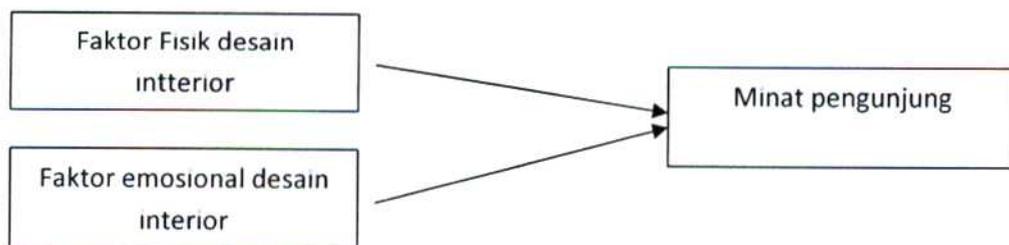
		pengunjung terhadap suasana Giggle Box Café and Resto
	Aspek perilaku	<ul style="list-style-type: none"> - Kesiediaan untuk memberi informasi kepada orang lain. - Kesiediaan mengajak orang lain.

F. Hipotesis

Hipotesis itu sendiri ialah suatu pendapat atau kesimpulan yang sifatnya masih sementara (soeratro, 2000:22) dan arti sesungguhnya belum bernilai (mencapai) sebagai hipotesis yang belum teruji kebenarannya. Jenis hipotesis yang sesuai dengan penelitian yaitu '*preliminary hypothesis*' merupakan hipotesis pendahuluan (sementara) yang belum atau sedang diuji kebenarannya.

Hipotesis sering disebut *statement of theory in testable form*, atau *tentative statement about reality* (Camphion dalam Rakhmat, 2001:14). Secara kuantitatif hipotesis berarti nilai suatu parameter yang sementara waktu dianggap benar (Supranto, 2001:163). maka teori-teori tersebut harus dirinci kedalam proposisi-proposisi yang disebut hipotesis.

Gambar 2



1 Ho: Tidak terdapat pengaruh antara faktor fisik desain interior *Giggle box cafe and resto* terhadap minat pengunjung.

Hi Terdapat pengaruh antara faktor fisik desain interior *Giggle box cafe and resto* terhadap minat pengunjung.

2 Ho: Tidak terdapat pengaruh antara faktor emosional desain interior *Giggle box cafe and resto* and restoterhadap minat pengunjung.

Hi. Terdapat pengaruh antara faktor emosional desain interior *Giggle box café and resto* terhadap minat pengunjung.

3 Ho. Tidak terdapat pengaruh antara desain interior *Giggle box café and resto* terhadap minat pengunjung

4 Hi. Terdapat pengaru pengaruh antara desain interior *Giggle box café and resto* terhadap minat pengunjung

G. Langkah – Langkah Penelitian

1. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode survai. Metod survai adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adaalah data dari sample yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative distribusi, dan hubungan-hubungan antar variable, sosiologis maupun psikologis (Kerlinger dalam Sugioyono, 2010: 30).

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Angket / mengukur menggunakan Skala Likert.

Berupa pertanyaan tertulis yang disebar yang berkaitan dengan penelitian, tujuannya untuk mendapatkan data langsung dari responden. Selain dengan pertanyaan data dari responden untuk mengidentifikasi asal keberadaan responden. Dalam hal ini yang diberi angket adalah pengunjung Gigggle Box cafe. Adapun jenis angket yang digunakan adalah angket *skala likert* dengan menggunakan pernyataan di setiap kuesionernya berstruktur dengan variable-variabel x yang terpisah, artinya angket tersebut terdiri dari beberapa jawaban pilihan yang sudah disediakan. Dengan cara ini diharapkan peneliti akan memperoleh jawaban dari responden yang langsung dapat diidentifikasinya berdasarkan hasil jawaban masing-masing, beberapa orang yang memilih alternatif jawaban Sangat setuju, Setuju, Ragu-ragu, kurang setuju dan, tidak setuju.

b. Wawancara

dilakukan untuk menghasilkan data penelitian yang detail dan lengkap. Teknik ini untuk menghimpun data-data mengenai berbagai langkah atau strategi yang dilakukan oleh bagian desain interior er Gigggle Box cafe dalam usahanya meningkatkan minat para pelanggan. Wawancara ini dilakukan dengan Ibu Vera sebagai *HRD* Gigggle Box cafe Jl. Banda No.25 Bandung

c. Populasi dan Sampel

Populasi data yang diteliti, berkaitan dengan sekelompok orang, kejadian atau semua yang mempunyai karakteristik tertentu Dalam penilitian ini, akan

meneliti sebagian dari populasi, maka penelitian ini disebut penelitian sampel. Penelitian sampel bermaksud untuk mengeneralisasikan hasil penelitian sampel. Yang dimaksud dengan mengeneralisasikan disini mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi .

Prosedur menentukan sampel penelitian untuk memperoleh sampel yang respresentatif, yaitu sebagai berikut :

- 1) Identifikasi populasi target
- 2) Memilih kerangka pemilihan sampel
- 3) Menentukan metode pemilihan sampel
- 4) Menentukan unit sampel (Ruslan, 2003 . 144-145)

Berdasarkan prosedur menentukan sampel diatas, maka populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang datang ke cafe and resto Giggle Box dalam waktu satu hari, dengan jumlah sampel yang disesuaikan dengan populasi yang ada, dan kemudian diolah melalui rumusan yang telah ditentukan, yang dimana populasi yang didapatkan berdasarkan hasil survey adalah dalam *ruangan cafe and resto* Giggle Box terdapat 30 meja dimana mejanya terdapat 4 kursi dan rata-rata tiap meja diduduki sebanyak 10 kali tiap harinya, sehingga total keseluruhan rata- rata pengunjung giggle Box cafe and Resto berjumlah 1200 orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simply probality sample*, yaitu pengambilan sample anggota populasi dengan peluang yang sama dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi, dengan demikian dilakukan anggota populasi dianggap heterogen (Rosady Ruslan:151). Dengan perhitungan sebagai berikut

- a). Penetapan ukuran sampel ditentukan formulanya menurut Yamane (Rakhmat, 2001:82) yakni sebagai berikut :

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

Dimana : n = Besarnya ukuran sampel

N = Besarnya populasi

D = Presisi yang digunakan (10%)

- b). Presisi yang digunakan antara $\pm 10\%$ dengan tingkat kepercayaan 95% (Z-2) dengan rumus tersebut, maka diketahui ukuran sampel sebanyak:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{Nd^2 + 1} \\ &= \frac{1200}{1200(10\%)^2 + 1} \\ &= \frac{1200}{1200 \cdot 0,01 + 1} \\ &= \frac{1200}{12,30} \\ &= 92 \end{aligned}$$

- c). Pada penelitian ini untuk ukuran populasi 1200 pengunjung Giggle Box dengan presisi $\pm 10\%$ maka ukuran sampelnya 92 orang.
- d). Jadi sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 92 orang.

H. Sumber Data dan Jenis Data

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang berkaitan dengan penelitian, dimana data primer tersebut diambil dari sampel penelitian. Data ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel penelitian, yaitu pengunjung Giggle Box cafe. Dan melalui wawancara kepada Ibu Vera yang berwenang sebagai HRD Giggle Box.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang melengkapi data primer. Data sekunder ini diperoleh berbagai referensi tentang buku-buku yang berkaitan dengan desain interior, dan situs internet. Jenis data skunder yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Data yang tersedia di Giggle Box café and resto
- 2) Data tentang bentuk desain interior Giggle Box cafe.

I. Teknik Pengukuran Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Menurut Cooper dalam Narimawati (2008: 42) *"Validity is a characteristic of measurement concern with the extend that a test measures, what the researcher actually wishes to measure"*

Uji validitas ini perlu dilakukan guna mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mengukur apa yang perlu diukur. Uji validitas dimaksudkan sebagai ukuran seberapa cermat suatu uji melakukan fungsi sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Pengukuran ini

digunakan karena penyusunan angket penelitian ini dilakukan dengan mendasarkan atas konstruksi teoritik masing-masing variabel penelitian. Kemudian dari variabel penelitian tersebut dicari indikatornya, selanjutnya dijabarkan pada setiap item dalam angket. Proses pengujian ini yaitu kuesioner yang telah siap kemudian disebarakan kepada 45 responden. Hal ini didasarkan dari jumlah sampelnya 90 responden, maka diharapkan dari 45 responden ini dapat mewakili terujinya item-item dalam kuesioner.

Pengujian validitas dilakukan dengan menghitung korelasi dengan menggunakan rumus dari Korelasi *Pearson Product Moment*. Untuk mempercepat perhitungannya, dibantu dengan program *software* SPSS versi 15.0 *for Windows*. Adapun rumus dari Korelasi *Pearson Product Moment* adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2010: 248) :

$$r = \frac{N \sum xy - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Sumber : Sugiyono, 2010; 248

- Keterangan :
- r : Nilai korelasi pearson
 - $\sum X$: Jumlah hasil pengamatan variabel X
 - $\sum Y$: Jumlah hasil pengamatan variabel Y
 - $\sum XY$: Jumlah dari hasil kali pengamatan variabel X dan variabel Y
 - $\sum X^2$: Jumlah dari hasil pengamatan variabel X yang telah dikuadratkan

$\sum Y^2$: Jumlah dari hasil pengamatan variabel Y yang telah dikuadratkan

N : Jumlah responden dalam pelaksanaan uji coba instrumen

Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Dalam hal analisis item ini (Masrun dalam Sugiyono, 2010: 188) menyatakan “Teknik Korelasi untuk menentukan validitas item ini sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan”. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah apabila $r = 0,3$, jadi apabila korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid (Masrun dalam Sugiyono, 2010: 189). Pengujian dinyatakan valid apabila r lebih besar atau sama dengan 0,30.

2. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan pengujian validitas butir pertanyaan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas untuk menguji kehandalan atau kepercayaan alat pengungkapan dari data. Dengan diperoleh nilai r dari uji validitas yang menunjukkan hasil indeks korelasi yang menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara dua belahan instrumen. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relatif konsisten dari waktu ke waktu

Dalam penelitian ini teknik untuk menghitung indeks reliabilitas yaitu dengan teknik belah dua (*split half*) yang dianalisis dengan rumus *Spearman Brown*. Teknik ini diperoleh dengan membagi item-item yang sudah valid dibagi

menjadi dua belahan, yaitu kelompok ganjil dan kelompok genap. Selanjutnya skor data tiap kelompok itu disusun sendiri. Skor untuk masing-masing item pada tiap belahan dijumlahkan, sehingga diperoleh skor total untuk masing-masing item belahan. Selanjutnya skor total belahan pertama dan belahan kedua dicari korelasinya dengan menggunakan teknik korelasi *Spearman Brown*.

Angka korelasi yang dihasilkan lebih rendah daripada angka korelasi yang diperoleh jika alat ukur tersebut tidak dibelah. Cara mencari reliabilitas untuk keseluruhan item adalah dengan mengoreksi angka korelasi yang diperoleh menggunakan rumus :

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Sumber : Sugiyono, 2010, 190

Keterangan : r_i : Angka reliabilitas keseluruhan item

r_b : Angka reliabilitas belahan pertama dan kedua

Untuk mempercepat perhitungannya, dibantu dengan program *software* SPSS versi 15.0 *for Windows*.

J. Analisis Regresi Berganda

uji regresi ganda merupakan pengemangan dari uji regresi sederhana. Kegunaanya, yaitu untuk meramalkan nilai variable terikat (Y) apabila variable bebas minimal dua atau lebih.

Uji regresi ganda (Ridwan, 2010. 252) adalah alat analisis peramalan nilai dua variable bebas atau lebih terhadap saatu variable terikat (untuk membuktikanada atau tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua variable bebas atau lebih (X1),(X2),. ..)

Asumsi dari persamaan regresi sederhana berlaku pada regresi ganda, tetapi bedanya terletak pada rumusnya dan perhitungan regresi ganda dalam penelitian ini dihitung menggunakan komputersasi program *Statistical Product and Service (SSPS) versi 15.0*

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y= Prilaku Konsutif Remaja

X1= Faktor Fisik

X2= Faktor Emosional

A = konstanta

β_1 = koefisien regresi variable faktor fisik

β_2 = koefisien regresi variable faktor emosional

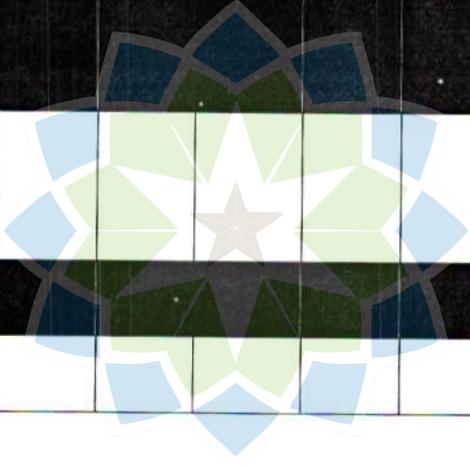
e= pengganggu (*error*)

K. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Giggle Box café and resto Jl Progo no.33a Bandung, Jawa Barat. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Mei 2011 dan direncanakan selesai pada bulan Agustus 2010.dengan jadwal sebagai berikut :

Tabel 1

NO	TAHAPAN	TAHUN DAN BULAN							
		2011							
		JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGS
1	Seminar Judul								
2	Penelitian								
3	Penulisan Skripsi								
4	Pengolahan data								
5	Konsultasi								
6	Sidang Skripsi								



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG