

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini adalah sebuah bisnis *self photo studio*. Lokasi penelitian ini adalah Kisakita Studio yang beralamat di Apartemen Madison Park, Kios A29-A30, Jakarta Barat, 11470

3.2 Waktu Penelitian

Waktu dalam melakukan penelitian dilakukan selama tiga bulan dimulai dari bulan Oktober hingga bulan Desember 2022

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk membantu menyelesaikan penelitian, data akan dikumpulkan melalui metode sebagai berikut :

3.3.1 Analisis SWOT

Focus Group Discussion

Menurut Irwanto (2006), *focus group discussion* merupakan teknik pengumpulan data dan informasi mengenai suatu masalah melalui diskusi kelompok. *Forum group discussion* dalam penelitian ini dilakukan kepada 2 narasumber yaitu 1 pemilik dan 1 pekerja untuk mendapatkan faktor eksternal dan internal untuk IFAS dan EFAS.

3.3.2 Analisis IPA

Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017), kuesioner adalah teknik mendapatkan data dengan membagikan beberapa pertanyaan kepada sampel untuk diisi hingga selesai. Kuesioner disebarakan melalui *google form* yang akan dibagikan kepada 65 sampel yang telah ditentukan. Kuesioner ini disebarakan untuk mendapatkan nilai untuk masing-masing atribut IPA. Hasil data kuesioner ini digunakan untuk melakukan pemetaan dalam diagram IPA.

3.3.3 Analisis ROI,PP,BEP

Observasi

Riyanto (2010) menyatakan observasi adalah cara mengumpulkan data melalui pengamatan langsung maupun tidak langsung. Observasi langsung yang digunakan dalam penelitian ini adalah langsung datang ke lapangan untuk melakukan observasi kepada kompetitor dari Kisakita Studio, khususnya dalam jumlah sesi yang didapatkan kompetitor dan promosi yang dilakukan. Observasi tidak langsung dalam penelitian ini adalah dengan melakukan pengamatan melalui internet untuk mengetahui kondisi dan perkembangan bisnis *Self Photo Studio*

Studi Pustaka

Sugiyono (2017) menyebutkan studi pustaka memiliki benang merah dengan kajian teoritis dan juga referensi tambahan yang memiliki kesinambungan terhadap suatu norma, budaya, dan nilai terhadap situasi sosial yang menjadi objek penelitian. Studi pustaka dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan referensi yang dapat mendukung penelitian ini. Studi Pustaka menggunakan jurnal dan penelitian terdahulu yang mayoritas di akses dari *google* cendekia. Studi pustaka diambil juga dari laman-laman terpercaya yang dapat di akses melalui internet.

Dokumentasi

Menurut Hamidi (2004), metode dokumentasi adalah pengambilan gambaran yang dilakukan peneliti sebagai data yang memperkuat hasil penelitian. Sugiyono (2017) menambahkan dokumentasi sendiri dapat berupa tulisan, gambar atau karya monumental seseorang. Dalam penelitian ini, materi yang dihasilkan meliputi foto-foto Kisakita Studio dan gambar pendukung seperti tabel dan beberapa diagram yang ada di dalam penelitian.

3.4 Sumber Data

Data primer dan data sekunder digunakan dalam penelitian ini sebagai sumber data. Yang dimaksud data primer adalah data yang langsung didapatkan peneliti. Sedangkan data sekunder adalah data yang tidak langsung didapatkan dan harus dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017).

3.4.1 Data primer

Analisis SWOT

Analisis SWOT diperoleh dari hasil FGD yang dilakukan bersama 1 pemilik dan 1 karyawan Kisakita Studio.

Analisis IPA

Dalam melakukan analisis IPA, data yang digunakan merupakan data yang didapatkan dari melakukan penyebaran kuesioner yang disusun dari atribut yang telah dicari dari referensi pustaka. Penyebaran kuesioner dibagikan kepada 65 konsumen Kisakita Studio. Isi kuesioner berupa hasil tingkat kepentingan dan tingkat harapan terhadap Kisakita Studio.

Analisis ROI, BEP, PP

Analisis keuangan, terutama ROI, BEP, dan PP didapatkan dari data penjualan yang didapatkan Kisakita Studio.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari buku, situs, artikel, jurnal dan sumber lainnya. Data sekunder ini diambil dari sumber fisik dan juga daring. Data sekunder penelitian membantu peneliti untuk memberikan fakta-fakta pendukung yang berkaitan dengan penelitian .

Dalam melakukan penelitian, data sekunder yang digunakan adalah studi pustaka dan dokumentasi. Studi pustaka membantu penelitian untuk mendapatkan referensi yang dapat membantu penelitian. Dengan studi pustaka, peneliti mendapatkan banyak referensi dalam melakukan penulisan penelitian, serta meyakinkan penulis bahwa analisis SWOT dan analisis IPA merupakan analisis yang tepat dalam penelitian ini.

3.5 Populasi,Sampel, dan Responden Penelitian

Analisis IPA

Handayani, dkk (2020) menyatakan, populasi merupakan total seluruh dari segala yang akan diteliti, dengan ciri yang sama dan bisa merupakan individu dari

suatu kejadian atau peristiwa yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini dibagi menjadi 187 klien yang pernah mengabadikan momen di Kisakita Studio.

Menurut Sodik, dkk (2015), sampel merupakan sebagian dari total populasi, atau sebagian kecil dari keseluruhan populasi, yang digunakan sebagai subjek untuk melakukan penelitian sebagai wakil dari populasi. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini dihitung berdasarkan rumus slovin, yang dihitung sebagai berikut (Sugiyono,2017) :

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

Dimana :

n = jumlah sampel

N= jumlah populasi

e= tingkat signifikansi yang dapat ditolerir, penelitian ini menetapkan tingkat signifikansi sebesar 10%

$$n = \frac{187}{1 + 187 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{187}{1 + 187 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{187}{2,87}$$

n = 65 orang

Penelitian ini menggunakan metode sampling probabilistik dan untuk proses pengambilan sampel menggunakan metode sampel acak sederhana. Sampling probabilistik adalah teknik pengambilan sampel yang memberi setiap populasi kesempatan yang sama dalam pengambilan sampel. Pengambilan sampel acak hanyalah metode pengambilan sampel dari suatu populasi (Sugiyono,2017). Firmansyah & Dede (2022) memaparkan, kelebihan menggunakan sampel acak sederhana adalah mudah dipahami, dianggap cara yang adil untuk memilih sampel dan hasil dapat diproyeksikan, sementara kekurangan dari sampling ini adalah tingkat presisi yang lebih rendah, harus memiliki seluruh database populasi, tidak adanya jaminan keterwakilan, serta dinilai lebih mahal. Peneliti memilih menggunakan sampel acak sederhana karena peneliti memiliki database dari populasi penelitian yang tergolong tidak besar. Pengacakan pemilihan sampel menggunakan excel 2016 dengan formula *randbetween* (1,187), sehingga akan

mendapatkan 65 sampel secara acak. Untuk meminimalisir pengisian lebih dari 1 kali, sampel akan dicocokkan dengan database yang dimiliki Kisakita Studio berkaitan dengan nomor telepon dan email yang digunakan dalam pendaftaran sesi.

Analisis SWOT

Dalam melakukan analisis SWOT, peneliti menggunakan 2 responden yaitu, 1 pemilik Kisakita Studio dan 1 pekerja Kisakita Studio. FGD kepada 2 responden ini memberikan informasi internal dan eksternal yang dapat membantu analisis SWOT.

3.6 Instrumen Penelitian

Analisis IPA

Sugiyono (2017) mengatakan bahwa instrumen penelitian digunakan dengan tujuan untuk mengukur sesuatu yang diamati. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat penelitian untuk mengukur kepuasan nasabah berdasarkan 5 atribut dari kualitas pelayanan yang berwujud (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), kepedulian (*empathy*), dan jaminan atau kepastian (*assurance*) dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk menghitung pendapat dan persepsi individu atau kelompok tentang suatu fenomena.(Sugiyono, 2017). Menentukan penilaian atribut harapan dan atribut kepuasan dalam skala likert dinilai sebagai tabel berikut.

| No. | Tingkat Kepentingan (Harapan) | Skor | Tingkat Kepuasan (Kenyataan) | Skor |
|-----|-------------------------------|------|------------------------------|------|
| 1. | Tidak Penting (TP) | 1 | Tidak Puas (TP) | 1 |
| 2. | Kurang Penting (KP) | 2 | Kurang Puas (KP) | 2 |
| 3. | Netral (N) | 3 | Netral (N) | 3 |
| 4. | Penting (P) | 4 | Puas (P) | 4 |
| 5. | Sangat Penting (SP) | 5 | Sangat Puas (SP) | 5 |

Tabel 3.1 Skala Penilaian Pertanyaan

Sumber : (Sugiyono, 2017)

Pertanyaan dalam kuesioner berisikan pertanyaan yang memungkinkan konsumen untuk memberikan penilaian terhadap kualitas pelayanan yang diterima saat melakukan sesi di Kisakita Studio. Konsumen perlu menilai 2 opsi jawaban yaitu atribut harapan dan atribut kepuasan.

Analisis SWOT

Analisis SWOT yang dilakukan dalam penelitian ini didapatkan dari hasil FGD sehingga dalam penelitian ini juga menggunakan alat bantu . Alat bantu tersebut berupa, panduan FGD, kamera, dan alat rekam.

Dalam analisis data menggunakan tabel dan IFAS menggunakan faktor faktor yang telah didapatkan dari hasil studi pustaka. Menurut ariyadi (2019), terdapat beberapa faktor internal dalam penelitian heroo studio, yaitu :

1. Kekuatan
 - a. Promo dan diskon yang diberikan
 - b. Sumber daya yang berkualitas, baik karyawan maupun alat pemotretan
2. Kelemahan
 - a. Properti foto yang harus diperbanyak
 - b. Kenyamanan dalam melakukan sesi foto

Chasanah (2021) menyatakan faktor internal dalam penelitian *D-Light Photography* Kota Tegal, yaitu :

1. Kekuatan
 - a. Kualitas Produk/Jasa
 - b. Variasi Produk/Jasa
 - c. Lokasi Yang Strategis
 - d. Promosi
2. Kelemahan
 - a. Keterbatasan Jumlah Karyawan
 - b. Pelayanan
 - c. *Branding*

Menurut ariyadi (2019), terdapat beberapa faktor eksternal dalam penelitian heroo studio, yaitu :

1. Peluang
 - a. Lokasi (usaha merupakan satu satunya dalam suatu kecamatan)
 - b. Lokasi dekat dengan sumber keramaian
2. Ancaman
 - a. Terbatasnya Modal

Chasanah (2021) menyatakan faktor internal dalam penelitian D-Light Photography Kota Tegal, yaitu :

1. Peluang
 - a. Gaya Hidup
 - b. Peluang Pasar yang Besar Untuk Produk Unggul
 - c. Tuntutan Pelanggan Terhadap Variasi Produk/Jasa
 - d. Hubungan yang Baik Dengan Para Pelanggan
2. Ancaman
 - a. Persaingan
 - b. Produk/Jasa Pengganti
 - c. Kepercayaan Konsumen
 - d. Ekonomi Yang Mengalami Penurunan

Dari penelitian terdahulu didapatkan faktor internal dan eksternal dalam penelitian ini, yaitu :

1. Kekuatan :
 - a. Promo dan diskon yang diberikan
 - b. Sumber daya yang berkualitas, baik karyawan maupun alat pemotretan
 - c. Kualitas Produk/Jasa
 - d. Variasi Produk/Jasa
 - e. Lokasi Yang Strategis
 - f. Promosi
2. Kelemahan :
 - a. Keterbatasan Jumlah Karyawan

- b. Pelayanan
- c. *Branding*
- d. Properti foto yang harus diperbanyak
- e. Kenyamanan dalam melakukan sesi foto

3. Peluang

- a. Lokasi (usaha merupakan satu satunya dalam suatu kecamatan)
- b. Lokasi dekat dengan sumber keramaian
- c. Gaya Hidup
- d. Peluang Pasar yang Besar Untuk Produk Unggul
- e. Tuntutan Pelanggan Terhadap Variasi Produk/Jasa
- f. Hubungan yang Baik Dengan Para Pelanggan

4. Ancaman

- a. Terbatasnya Modal
- b. Persaingan
- c. Produk/Jasa Pengganti
- d. Kepercayaan Konsumen

3.7 Operasional Variabel Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, terdapat lima dimensi kualitas layanan yang dijadikan atribut sebagai operasional variabel penelitian. Menurut Parasuraman, dkk (1988), kualitas pelayanan terdiri dari dari 5 dimensi yang berisikan *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance*.

Bukti fisik (*Tangible*) merupakan visual, peralatan, karyawan, dan bahan yang digunakan. Dimensi ini menjelaskan visual dan layanan yang akan didapatkan oleh konsumen. Dalam dimensi ini, mementingkan lingkungan fisik dan penampilan yang terlihat secara langsung oleh konsumen. Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan suatu kesadaran dan keinginan dalam membantu konsumen dan memberikan jasa dengan sigap. Daya tanggap memfokuskan pada ketepatan dikala terjadinya permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Keandalan (*reliability*) merupakan kesanggupan suatu usaha dalam memberikan jasa yang dijanjikan. Keandalan berisikan janji yang berisikan tentang penyediaan produk atau jasa yang ditawarkan), solusi permasalahan dan harga yang

ditetapkan usaha. Kepedulian (*Empathy*) merupakan kondisi dimana suatu usaha menunjukkan kespesialan konsumen dan kebutuhan konsumen dapat dipahami. Jaminan (*Assurance*) berisikan pemahaman usaha, kesopanan, dan kecakapan untuk menimbulkan kepercayaan. Kepastian merupakan atribut yang membuat pelanggan merasa aman dan terjamin terhadap pelayanan yang diberikan.

| No. | Dimensi | Indikator |
|-----|---|--|
| 1 | Bukti fisik (<i>Tangible</i>) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi studio yang strategis 2. Ruang tunggu yang nyaman 3. Ruangan foto yang rapi dan bersih 4. Tempat parkir yang aman dan memadai 5. Background pemotretan yang menarik dalam kondisi tanpa bolong dan lecek |
| 2 | Keandalan (<i>Reliability</i>) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil foto, sesuai dengan yang diharapkan 2. Hasil print foto yang cepat dan sesuai keinginan konsumen 3. Dapat memberikan solusi kepada pelanggan yang kurang puas 4. Pelayanan pemotretan yang cepat |
| 3 | Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Arahan yang jelas dalam menjelaskan cara melakukan sesi pemotretan 2. Kemauan untuk membantu saya saat menghadapi masalah dalam sesi foto 3. Pelayanan yang cepat dalam membalas pesan yang ditanyakan 4. Cepat dalam mengirimkan <i>Soft Copy</i> setelah selesai melakukan sesi foto |
| 4 | Jaminan (<i>Assurance</i>) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan sesi foto sesuai dengan keinginan pelanggan 2. Staff/pemilik memberikan pelayanan yang ramah 3. Kualitas foto yang baik sesuai keinginan 4. Hasil print foto yang cepat dan sesuai keinginan pelanggan |
| 5 | Empati (<i>Empathy</i>) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Perhatian staff/pemilik kepada pelanggan saat mengalami kesulitan 2. Adanya komunikasi yang baik antara pemilik/staff terhadap pelanggan dalam sesi foto 3. Pemilik/staff memahami kebutuhan pelanggan |

Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian

(Sumber : Olahan Data Pribadi,2022)

3.8 Metode Analisis Data

Dalam penyusunan penelitian ini, teknik analisis yang digunakan, berupa :

3.8.1 Analisis Kuantitatif

Sugiyono(2017) menganggap bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme yang digunakan untuk melakukan penelitian terhadap sampel. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT dengan tabel IFAS dan EFAS untuk mendapatkan status Kisakita Studio melalui diagram SWOT. Analisis kedua adalah analisis IPA dengan menghitung tingkat kesesuaian kesesuaian antara harapan dan kenyataan. Analisis terakhir adalah analisis ROI, PP, dan BEP.

3.8.1.1 Analisis SWOT

Dalam pengisian IFAS dan EFAS membutuhkan faktor SWOT yang didapatkan dari FGD dan penilaian bobot serta rating dengan melakukan pengisian kuesioner.

1. Identifikasi peluang dan ancaman bisnis di kolom pertama di tabel efas dan identifikasi kekuatan dan kelemahan di tabel IFAS
2. Dalam kolom bobot, dimulai dengan mengisi masing masing faktor mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Total bobot dalam kolom bobot akan digabungkan dan masing masing nilai dibagi dengan total bobot guna mendapatkan nilai bobot (total bobot harus 1)
3. Dalam rating, diisi dengan rating dari faktor-faktor dengan pemberian skala mulai dari 4 (outstanding) sampai 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi usaha. Jika faktor peluang dan kekuatan dinilai besar maka di rating 4+, namun jika peluang dan kekuatan kecil maka diberi rating +1).
4. Untuk menilai ancaman dan kelemahan, jika sangat besar akan diberi rating 1 dan jika ancaman dan kelemahan dinilai sedikit, diberi rating 4.
5. Pada kolom 4, diisi dengan total jumlah skor pembobotan . Hasil dari total tersebut menjadi indikator apakah perusahaan bereaksi dengan faktor faktor strategis eksternal dan internal dalam usaha tersebut.

Bobot dan rating

Bobot adalah nilai setiap faktor dengan skala nilai mulai dari 1 (paling penting) hingga 0 (tidak penting). Bobot sendiri dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Bobot} = \frac{\text{penilaian}}{\text{Total penilaian}}$$

Bobot didapatkan dari hasil pembagian penilaian dibagi total penilaian yang maksimal berjumlah 1.

Rating adalah nilai setiap faktor dengan skala nilai mulai dari 1 (*poor*) hingga 4 (*outstanding*). Mendapatkan nilai rating didapatkan sebagai berikut :

$$\text{Rating} = \frac{\text{penilaian}}{\text{total sampel}}$$

Penilaian Bobot X Rating didapatkan dari perkalian bobot dan rating, untuk menjadi total dari masing masing faktor.

3.8.1.2 Analisis IPA

Dalam melakukan analisis IPA, digunakan *Google Spreadsheet* dan data yang diambil dan diolah menggunakan hasil kuesioner yang digunakan dengan skala likert dari konsumen Kisakita Studio berupa tingkat harapan dan tingkat kenyataan. Dari total nilai akan dimasukkan ke dalam diagram kartesius IPA.

Berikut merupakan tahapan pengolahan dengan metode IPA :

1. Melakukan analisis tingkat kesesuaian, analisis ini digunakan untuk menentukan atribut prioritas yang menjadi sorotan utama dari Kisakita Studio. Rumus perhitungan yang digunakan yaitu (Supranto, 2006) :

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Dimana :

TKi = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja Kisakita Studio

Yi = Skor penilaian kepentingan konsumen

2. Kemudian, sumbu X akan diisi oleh skor tingkat kinerja Kisakita Studio, sedangkan sumbu Y akan diisi menggunakan skor tingkat kepentingan pasien dengan menggunakan rumus =

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

dan

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Dimana :

\bar{X} = Skor rata-rata tingkat kinerja Kiskakita Studio

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat harapan Kiskakita Studio

n = Jumlah responden

3.8.1.3 Analisis *Return On Investment*

Menurut Sartono (2010) perhitungan ROI dijabarkan sebagai berikut :

$$\text{Return On Investment} = \frac{\text{Laba Bersih Sesudah Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

3.8.1.4 Analisis *Break Even Point*

Analisis BEP dapat membantu perusahaan dalam menetapkan tujuan usaha. Munawir (2004) menambahkan terdapat dua manfaat melakukan analisis ini, yaitu analisis BEP dan keputusan penambahan investasi serta analisis BEP dan keputusan menutup usaha. Berikut berupa perhitungan analisis BEP)

a. **BEP Unit**

Perhitungan BEP unit digunakan dengan rumus, sebagai berikut (Munawir 2004):

$$\text{Break Even Point (Unit)} = \frac{FC}{P-VC}$$

b. **BEP Rupiah**

Perhitungan BEP rupiah digunakan dengan rumus, sebagai berikut (Munawir 2004):

$$\text{Break Even Point (Rupiah)} = \frac{FC}{1-\frac{VC}{P}}$$

Dimana :

FC = biaya tetap

P = harga jual per satuan

VC = biaya variabel per satuan

3.8.1.5 Analisis *Payback Period*

Menurut Umar (2009) rumus untuk mendapatkan nilai PP dijelaskan sebagai berikut :

$$\text{Payback Period (PP)} = \frac{\text{Investasi awal}}{\text{ arus kas}} \times 1 \text{ tahun}$$

3.8.2 Analisis Deskriptif

Menurut Nazir (2011) analisis deskriptif adalah salah satu metode dalam melakukan penelitian terhadap suatu kondisi, kelompok, peristiwa di zaman sekarang. Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk menghasilkan sebuah deskripsi mengenai fakta-fakta yang diselidiki.

Analisis yang digunakan untuk membantu penelitian ini, yaitu metode kuantitatif deskriptif yang datanya diambil dari sampel konsumen Kisakita Studio melalui kuesioner dan FGD terhadap pemilik dan pekerja Kisakita. Adapun langkah langkah dalam melakukan analisis data kuantitatif deskriptif, berupa

- a. Pemetaan diagram kartesius SWOT
- b. Pemetaan diagram kartesius IPA
- c. Mendeskripsikan analisis keuangan : ROI, PP, BEP

3.9 Uji Validitas data

Uji validitas digunakan untuk melihat apakah data yang didapatkan dari hasil pembagian kuesioner adalah data yang valid. (Sugiyono, 2017).

| N | Tarf Signifikansi | |
|----|-------------------|-------|
| | 5% | 1% |
| 5 | 0,878 | 0,959 |
| 10 | 0,632 | 0,765 |
| 15 | 0,514 | 0,641 |
| 20 | 0,444 | 0,561 |
| 25 | 0,396 | 0,505 |
| 30 | 0,361 | 0,470 |

Tabel 3.3 Nilai-nilai r *Product Moment*

(Sumber : Sugiyono, 2017)

Dalam melakukan penelitian ini, dilakukan validitas data untuk menguji faktor faktor yang ingin diselidiki apakah sudah sudah mengungkapkan faktor yang akan diselidiki sesuai dengan kondisi populasinya. Dalam menguji penelitian ini menggunakan software IBM SPSS 25 (Statistical Product and Service Solution). Adapun kriteria penilaian uji validitas dijelaskan sebagai berikut (Ghozali, 2018) :

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka item kuesioner dinyatakan valid
- b. Apabila r hitung $<$ r tabel, maka item kuesioner dinyatakan tidak valid

Sebelum melakukan pembagian kuesioner kepada seluruh responden, peneliti melakukan pilot testing kepada 30 responden guna melihat apakah kuesioner yang digunakan pada penelitian mampu mengukur secara tepat dan layak sebagai instrumen untuk mengumpulkan data penelitian. Data tersebut diolah menggunakan excel 2016 dan software IBM SPSS Statistic 25 dengan uji *Pearson product moment*. Pernyataan dinyatakan valid jika r hitung lebih besar dari r tabel dan tidak valid ketika r hitung lebih kecil dari r tabel. Penelitian menggunakan 30 responden dengan taraf signifikansi sebesar 5%, sehingga r hitung harus memiliki nilai di atas r tabel yang mana bernilai 0,361.

3.10 Uji Reliabilitas data

Menurut Sugiyono (2017), Uji reliabilitas digunakan untuk melihat sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas data dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan kredibel untuk menjadi alat pengumpul data Angka koefisien reliabilitas berkisar antara 0.00 hingga 1.00. Menurut Hair, dkk (2010) jika Alfa Cronbach memiliki nilai 0,61 - 0,80, maka instrumen tersebut dinyatakan handal dan jika memiliki nilai Alfa Cronbach 0,81 - 1,00 maka suatu instrumen dinyatakan sangat handal untuk dijadikan instrumen penelitian. Menurut Nunnally (2006) sebuah instrumen dinyatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas Alfa Cronbach bernilai di atas 0,70.

3.11 Daftar Pertanyaan

Daftar pertanyaan didapatkan dari pengembangan dari penelitian terdahulu yang kemudian disesuaikan dengan Kisakita Studio.

| SWOT | Pertanyaan pemicu |
|-----------------------------------|---|
| <i>Strength</i> (kekuatan) | Menurut anda, apa kekuatan yang dimiliki Kisakita Studio? <ul style="list-style-type: none"> ● Menurut anda apakah promo, sumber daya (karyawan dan alat pemotretan), kualitas jasa, variasi jasa, lokasi, dan promosi merupakan kekuatan yang dimiliki Kisakita Studio? ● Apa alasan konsumen menggunakan jasa Kisakita Studio? |
| <i>Weakness</i> (kelemahan) | Menurut anda, apa kekurangan yang dimiliki Kisakita Studio? <ul style="list-style-type: none"> ● Kelemahan apa yang dimiliki Kisakita Studio ? ● Apakah keterbatasan jumlah karyawan, pelayanan, branding, properti yang sedikit, dan kenyamanan dalam melakukan sesi foto merupakan kelemahan dari Kisakita Studio? ● Masalah apa yang menjadi keluhan pelanggan? |
| <i>Opportunities</i> (peluang) | <ul style="list-style-type: none"> ● Apa yang sering diminta oleh konsumen kepada Kisakita Studio, yang masih belum ada di Kisakita Studio? ● Apakah lokasi, gaya hidup, hubungan yang baik dengan pelanggan merupakan peluang bagi Kisakita Studio? ● Apa yang bisa meningkatkan sesi Kisakita Studio? |
| <i>Threat</i> (ancaman) | <ul style="list-style-type: none"> ● Hal apa yang mengancam bisnis Kisakita Studio ? ● Apakah terbatasnya modal, jasa pengganti, dan kepercayaan konsumen merupakan ancaman Kisakita Studio? ● Apa alasan sesi Kisakita Studio kalah dengan kompetitor? |

Tabel 3.4 Daftar Pertanyaan Penelitian

(Sumber : Olahan Data Pribadi, 2022)