

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Tujuan dari penggunaan metode kualitatif ialah untuk dapat lebih memahami dan menggambarkan karakter narasumber secara mendalam dalam kaitannya dengan variabel bauran promosi dan loyalitas pelanggan. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti obyek yang bersifat alamiah, di mana peneliti dalam hal ini merupakan instrumen kunci dari penelitian tersebut. Teknik pengumpulan data dari metode kualitatif dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, serta lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono,2015:1). Menurut Moleong (2012:4) metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata lisan dari orang-orang yang perilakunya dapat diamati oleh peneliti.

#### **3.2 Subjek Penelitian**

Menurut Moleong (2012:97) subjek penelitian adalah sumber informasi pada penelitian yang dibutuhkan untuk pengumpulan data. Subjek dari penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pemesanan lebih dari satu kali pada periode Juni 2015 hingga Juni 2016, sumber data selanjutnya adalah *mentor project* yang merupakan narasumber untuk memberikan masukan-masukan yang berguna dalam pengembangan perusahaan.

**Tabel 3.1** Kriteria narasumber

Status	Jumlah	Kriteria
Konsumen	3	<ul style="list-style-type: none"><li>- Konsumen yang telah membeli produk Claine &gt;1 kali</li><li>- Konsumen yang bertempat tinggal di daerah Surabaya Barat</li><li>- Konsumen yang gemar membeli produk tas</li><li>- Konsumen dengan usia 20–24 tahun</li><li>- Konsumen dengan jenis kelamin pria dan wanita</li></ul>
<i>Mentor Project</i>	2	<ul style="list-style-type: none"><li>- Berprofesi sebagai dosen pada Universitas Ciputra</li><li>- Dosen yang pernah menjadi <i>mentor project</i> Claine</li></ul>

Sumber: data diolah,2016

Penelitian ini menggunakan tiga orang konsumen dan dua orang *mentor project* sebagai narasumber dalam penelitian ini. Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2016:85) *purposive sampling* merupakan teknik pemilihan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel pada penelitian ini digunakan sebagai sumber data internal yang akan dievaluasi untuk mengetahui peran bauran promosi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan perusahaan.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti meliputi :

#### **3.3.1 Wawancara**

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015:72) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu.

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur di mana akan dilakukan kepada konsumen perusahaan Kreasi Jaya

Perkasa yang telah melakukan pembelian lebih dari satu kali. Tujuan dari penggunaan wawancara semiterstruktur adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, pihak yang diwawancarai dapat diminta untuk mengemukakan pendapat dan ide nya (Esterberg dalam Sugiyono, 2015:73).

Dalam wawancara terdapat tahapan-tahapan yang akan dilakukan oleh peneliti untuk melakukan pengumpulan data yaitu:

1. Membuat pedoman pertanyaan wawancara, sehingga pertanyaan yang diberikan sesuai dengan tujuan wawancara tersebut.
2. Menentukan narasumber wawancara.
3. Menentukan lokasi dan waktu wawancara.
4. Melakukan proses wawancara
5. Dokumentasi
6. Memastikan hasil wawancara telah sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.
7. Merekap hasil wawancara.

### 3.3.2 Studi Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015:82) dokumentasi merupakan catatan peristiwa pada waktu yang lalu, dan dapat berbentuk tulisan, gambar, maupun karya – karya monumental dari seseorang. Peneliti menggunakan data konsumen, data penjualan, dokumentasi berupa foto dengan konsumen sebagai data sekunder dalam penelitian ini.

### **3.4 Validitas dan Reliabilitas**

Menurut Sugiyono (2015:117) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Validitas dapat diartikan pula sebagai kemampuan suatu alat tes dalam mencapai tujuan pengtesan atau pengukuran (Azwar,2013). Pengecekan kredibilitas dari data yang disajikan maka peneliti mengadakan *membercheck*. Tujuan *membercheck* adalah untuk mengetahui sejauh mana data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data sehingga penulisan laporan dapat sesuai dengan apa yang dimaksud oleh sumber data. *Membercheck* menurut Sugiyono (2015:129) merupakan proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data.

Stainback dalam Sugiyono (2015:118) menyatakan bahwa reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Suatu data dikatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama. Menurut Sugiyono (2015) uji reliabilitas pada penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan cara audit data kepada para ahli dibidangnya untuk menganalisis seluruh kegiatan penelitian. Pada penelitian ini kegiatan penelitian diaudit oleh dosen pembimbing sebagai auditor.

### **3.5 Metode Analisis Data**

Menurut Stainback dalam Sugiyono (2015:88) analisis data merupakan hal yang kritis dalam proses penelitian kualitatif, sehingga hipotesis dapat dikembangkan dan dievaluasi. Analisis data terdiri dari tiga aktivitas yaitu:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Reduksi data merupakan proses merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting untuk dicari tema dan polanya, sehingga data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

## 2. *Data Display* (Penyajian Data)

Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sebagainya. Penyajian data bertujuan untuk mempermudah memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

## 3. *Conclusion Drawing/Verification* (Penarikan Kesimpulan)

Penarikan kesimpulan dilakukan untuk memperoleh temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada dimana temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga sesudah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode *membercheck* untuk menentukan uji kredibilitas data untuk memastikan keabsahan data yang tersaji.

Tahapan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Menentukan fenomena penelitian berdasarkan permasalahan yang dialami oleh perusahaan.
2. Pengumpulan pustaka dan jurnal pendukung sebagai landasan teori mengenai topik yang akan dibahas.
3. Menentukan metode penelitian yang akan digunakan pada penelitian ini.

4. Menentukan responden yang akan diwawancarai oleh peneliti.
5. Menyusun daftar pertanyaan yang akan ditanyakan kepada responden yang kemudian akan diolah sebagai sumber data dalam penelitian.
6. Membuat janji temu dengan responden untuk melakukan wawancara.
7. Melakukan wawancara kepada responden yang telah ditentukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
8. Mendokumentasikan seluruh proses wawancara.
9. Peneliti melakukan proses koding mengenai hasil wawancara.
10. Peneliti mereduksi hasil wawancara dan menyajikannya.
11. Menganalisis hasil wawancara yang telah dilakukan.
12. Mengevaluasi hasil analisis.
13. Membuat kesimpulan dari hasil penelitian.

