

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2012).

Menurut Moleong (2012), salah satu karakteristik dari penelitian kualitatif adalah deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan karena adanya penerapan metode kualitatif, maka data dapat berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya..

3.2. Subyek Penelitian

Subjek penelitian merupakan informan atau narasumber yang merupakan sumber informasi dalam penelitian ini. Untuk menentukan informan, penulis menggunakan metode *judgemental sampling*. Informan dipilih berdasarkan penilaian peneliti bahwa dia adalah pihak yang paling baik dan kaya akan informasi untuk dijadikan sampel penelitian (Istijanto 2009 : 124). Subyek penelitian yang digunakan ada enam informan yang terdiri dari dua orang yang berprofesi sebagai dosen, satu orang yang berprofesi sebagai konsultan marketing,

dan dua orang yang merupakan konsumen Soerabaya Favorite. Kriteria untuk menentukan dosen marketing sebagai informan adalah minimal berpendidikan S-2 yang terkonsentrasi pada manajemen pemasaran dan minimal 5 tahun bekerja sebagai dosen. Kriteria untuk menentukan konsultan marketing sebagai informan adalah berpendidikan S-2 yang terkonsentrasi pada manajemen pemasaran dan minimal 5 tahun bekerja sebagai konsultan marketing. Kriteria untuk menentukan konsumen yang digunakan sebagai informan adalah minimal berusia 20 tahun dan pernah melakukan pembelian di Soerabaya Favorite.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara dan observasi. Wawancara merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung, mendalam, tidak terstruktur, dan individual (Istijanto, 2009:49). Tahapan yang dilakukan untuk melakukan wawancara adalah:

- a. Menyusun pedoman untuk wawancara sehingga wawancara yang dilakukan dapat terarah.
- b. Melakukan pemilihan sampel penelitian.
- c. Menyiapkan alat bantu untuk proses wawancara, yaitu alat tulis.
- d. Melakukan wawancara.
- e. Mengecek apakah semua informasi yang dibutuhkan telah diperoleh dari wawancara sebelum mengakhiri wawancara. Apabila belum semua informasi terkumpul, melanjutkan wawancara.

- f. Melakukan rekap hasil wawancara.

Penelitian ini juga menggunakan observasi sebagai metode pengumpulan data. Menurut Raco (2010:112) observasi dilakukan dengan mengumpulkan data secara langsung dari lapangan. Observasi dilakukan dengan cara *benchmarking* untuk melihat strategi merek dari pesaing. Tahapan observasi dengan cara *benchmarking* sebagai berikut:

- a. Perencanaan, yaitu mengidentifikasi permasalahan perusahaan yang membutuhkan perbaikan melalui *benchmarking*
- b. Pencarian, yaitu mencari perusahaan lain atau pesaing yang sukses dalam melakukan strategi merek
- c. Analisis, yaitu melakukan analisa informasi yang telah dikumpulkan dari perusahaan yang dipilih sebagai acuan strategi merek untuk melihat perbedaan strategi dengan perusahaan pesaing. Peneliti juga melakukan analisa informasi mengenai faktor-faktor kunci yang menentukan kesuksesan strategi merek perusahaan pesaing, sebagai dasar untuk menyusun strategi merek perusahaan.
- d. Implementasi, yaitu menyusun dan mengimplementasikan strategi merek sesuai dengan tahap analisis, agar memiliki merek yang kuat seperti perusahaan pesaing yang dipilih sebagai acuan perusahaan.

3.4. Validitas Data

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan triangulasi. Menurut (Moleong, 2012:330-331) ada 4 macam jenis triangulasi, yaitu:

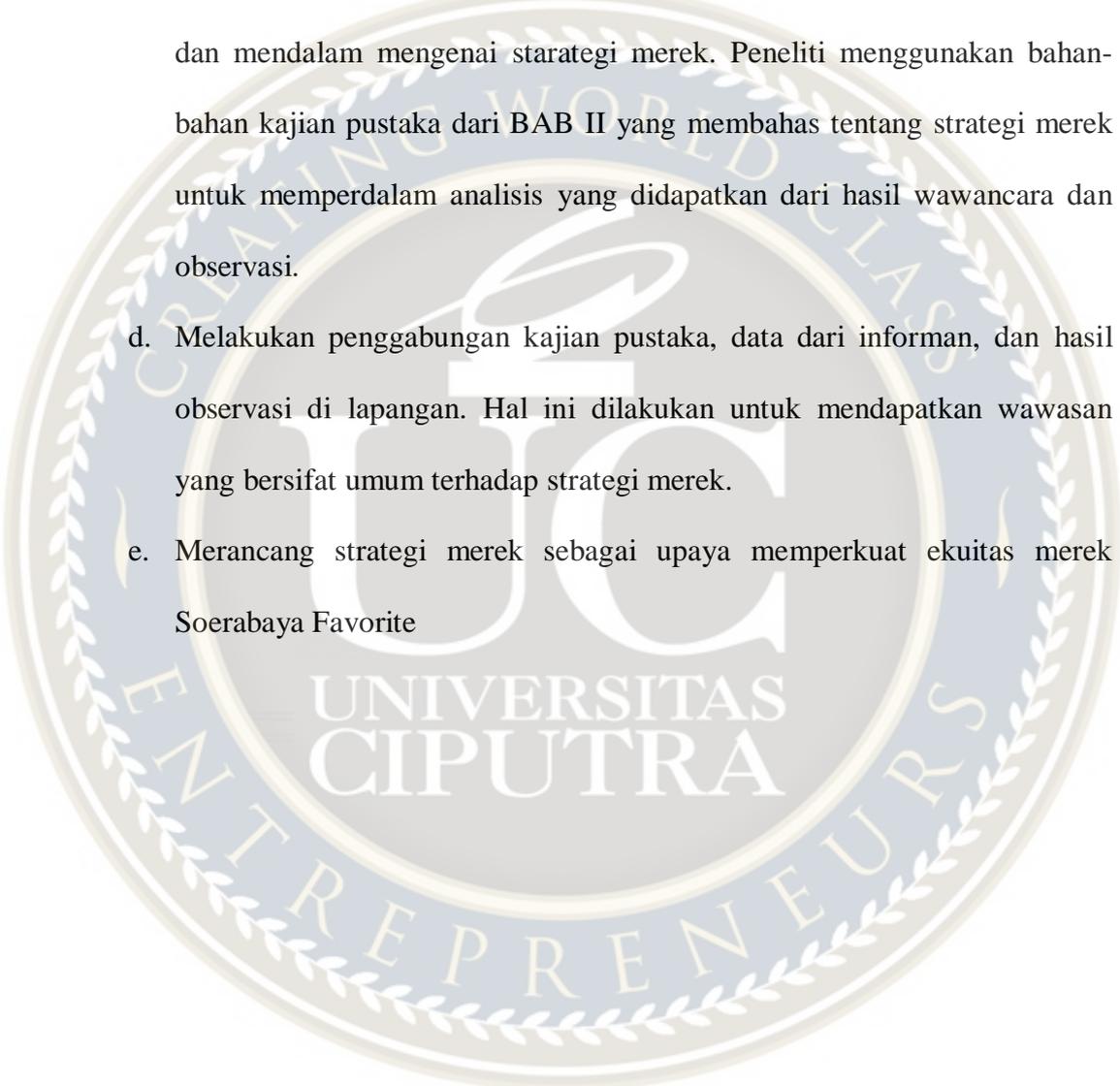
- a. Triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui berbagai sumber yang berbeda
- b. Triangulasi metode, yaitu pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian dengan beberapa teknik pengumpulan data
- c. Triangulasi penyidik, yaitu memanfaatkan peneliti atau pengamat lain untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data
- d. Triangulasi teori, yaitu memeriksa derajat kepercayaan dengan satu atau lebih teori

Dari beberapa macam triangulasi yang telah disebutkan, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dimana data yang didapat dari hasil wawancara dengan informan penelitian di *cross check* dengan data yang didapatkan dari informan lainnya.

3.5. Analisis Data

Tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah mengumpulkan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dari berbagai sumber dan akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis kualitatif. Tahapan yang dilakukan untuk melakukan analisis data adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan wawancara secara mendalam dengan responden yang telah ditentukan dan observasi lapangan

- 
- b. Melakukan rekapan hasil wawancara dengan responden penelitian dengan menuliskan informasi penting yang diperoleh dari responden penelitian. Serta mencatat hasil yang didapat dari observasi dilapangan
 - c. Melakukan pendekatan kualitatif, untuk memberikan gambaran yang detail dan mendalam mengenai starategi merek. Peneliti menggunakan bahan-bahan kajian pustaka dari BAB II yang membahas tentang strategi merek untuk memperdalam analisis yang didapatkan dari hasil wawancara dan observasi.
 - d. Melakukan penggabungan kajian pustaka, data dari informan, dan hasil observasi di lapangan. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan wawasan yang bersifat umum terhadap strategi merek.
 - e. Merancang strategi merek sebagai upaya memperkuat ekuitas merek Soerabaya Favorite