

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode pencarian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan. Penelitian deskriptif adalah pencarian yang menjelaskan atau menggambarkan suatu peristiwa, objek, atau keadaan, apakah itu orang atau apa pun yang terkait dengan variabel yang dapat ditafsirkan dengan angka atau kata-kata. Penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk memahami status atau kedudukan sesuatu (Setyosari, 2013). Penelitian ini akan dilakukan pada perusahaan Kene Kopi untuk mengetahui kondisi strategi *marketing mix* yang sudah dilakukan. Penelitian sosial menggunakan koordinasi deskriptif bertujuan untuk merangkum dan menggambarkan berbagai situasi, situasi atau fenomena kondisi sosial di masyarakat sebagai subjek penelitian, dan berupaya menarik tentang situasi khusus, situasi atau fenomena yang dijelaskan (Burhan, 2014).

3.2 Informan Penelitian

Teknik yang di gunakan oleh penulis adalah prosedur purposif. Teknik ini adalah salah satu strategi yang paling umum di dalam penelitian deskriptif, yaitu mengidentifikasi suatu kelompok yang akan memberikan informasi sesuai dengan kriteria yang sesuai yang dipilih serta yang relevan dengan suatu penelitian tertentu. Kunci yang paling mendasar untuk menggunakan metode ini adalah penguasaan informasi dari informan dan secara logis bahwa para tokoh-tokoh kunci di dalam

proses tersebut selalu secara langsung mengendalikan informasi yang terjadi didalam proses sosial tersebut (Bungin, 2007).

Informan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria sebagai berikut pada tabel 3.1:

Tabel 3. 1 Informan Penelitian

No.	Subjek	Kriteria
1.	Antoni Gunawan, CEO perusahaan minuman kopi Kene Kopi Data diri: 23 Tahun, Pengusaha	-Sudah bekerja di Kene Kopi minimal 1 Tahun -Ikut serta dalam melakukan praktik pemasaran di akun sosial media pribadinya.
2.	Abid Al-fikri, Konsumen Kene Kopi Data diri: 21 Tahun, Mahasiswa	-Melakukan pembelian 4 kali dalam sebulan. -Mengikuti sosial media Instagram Kene Kopi
3.	Hendry Pratama, Konsumen Kene Kopi Data diri: 24 Tahun, Pekerja Lapangan	-Melakukan pembelian 4 kali dalam sebulan. -Mengikuti sosial media Instagram Kene Kopi
4.	Ignatius Sangaji, CMO perusahaan minuman kopi Seventies Data diri: 22 Tahun, Mahasiswa dan Pengusaha	-Praktisi marketing dan sering melakukan strategi di bidang pemasaran -Menjabat sebagai CMO yang sudah berjalan 2 Tahun

Sumber: Data diolah penulis, 2019

Dari ketiga informan tersebut, pemilihan 1 orang dari pihak internal Kene Kopi disesuaikan dengan prosedur purposif. Informan tersebut yang menjadi tokoh kunci

dalam penelitian bagaimana strategi *marketing mix* pada bisnis Kene Kopi untuk menjadi sumber informasi yang valid. Kemudian ditambah dari pihak eksternal Kene Kopi yaitu *customer* dan pakar pemasaran supaya dapat memberikan pandangan terkait penelitian mengenai strategi *marketing mix* pada perusahaan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Anggito dan Setiawan (2018), teknik pengumpulan data merupakan sebuah langkah strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari sebuah penelitian adalah untuk mengumpulkan data. Langkah-langkah untuk mengumpulkan data sebagai berikut:

- 1) memberikan batasan pada penelitian;
- 2) mengidentifikasi topik penelitian berdasarkan kriteria tertentu;
- 3) membuat daftar pertanyaan untuk setiap informan;
- 4) mengoleksi data informasi dari hasil wawancara;
- 5) merekam hasil wawancara;
- 6) membuat transkrip suara hasil wawancara;
- 7) menyusun kesimpulan pada penelitian yang telah dilakukan.

Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berikut untuk mendukung penelitiannya dengan metode (Anggito & Setiawan, 2018):

1) Wawancara

Penelitian ini menggunakan bentuk semi-terstruktur yang termasuk dalam kategori Wawancara Mendalam sehingga pelaksanaan lebih terbuka dan dapat menemukan informasi permasalahan secara lebih mendalam dan terang-terangan, serta *interview* yang dilakukan dapat menjadi wadah dalam

menyampaikan ide dan pendapat yang dimiliki oleh narasumber yang terdiri dari pemilik perusahaan, pegawai, konsumen, dan pakar marketing.

2) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data melalui membaca dan analisis dokumen. Dokumentasi perusahaan yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah hasil rekam suara, foto produk, foto kedai kopi, tampilan sosial media seperti Instagram dan Facebook serta bukti foto pendukung lainnya. Seperti konsumen melakukan transaksi pembelian di Kene Kopi. Dokumen lain yang dibutuhkan adalah buku teks dan penelitian yang membahas mengenai strategi *marketing mix*.

3.4 Metode Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan tahapan dibawah ini:



Gambar 3. 1 Langkah-langkah Analisis Data
Sumber: Sugiono, 2013

Dari gambar diatas, tahapan analisis data dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) *Data Collection* (pengumpulan data), yaitu pengumpulan data melalui metode pengumpulan wawancara dilakukan dengan informan yang sesuai kriteria, dokumentasi, serta data yang mendukung.
- 2) *Data Reduction* (Reduksi Data), dapat dilakukan dengan merangkum, memilih hal-hal yang pokok dan fokus pada hal-hal yang penting. Dalam

teknik ini diperlukan penggabungan dan penyeragaman seluruh bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan atau bisa disebut script yang akan di analisis berdasarkan format masing-masing. Hasil dari rekaman wawancara akan diubah menjadi bentuk verbatim wawancara yang akan digunakan sebagai analisis data sebagai berikut:

Wawancara ke _____
 Nama subjek : _____
 Pekerjaan : _____
 Waktu : Tanggal _____, jam _____
 Lokasi : _____

Tabel 3. 2 Tabel Verbatim Wawancara

Baris	Pelaku	Uraian Wawancara	Tema

Sumber : Herdiansyah, 2010

Pemberian kode pada pertanyaan-pertanyaan. Kode yang diberikan berfungsi sebagai identitas pertanyaan yang dikutip pada verbatim wawancara. Aturan penulisan kode penulisan adalah (nama subjek atau inisial, rangkaian wawancara secara urut, tanggal dan waktu wawancara, daftar pernyataan pada verbatim wawancara) seperti contoh (*SW,W3, 21-08-2009,89-99*)

- 3) *Data Display* (Penyajian Data), Data yang telah direduksi akan disusun sehingga terstruktur dengan baik dan dapat dipahami. Setelah melakukan reduksi data dengan mengelompokkan hal-hal yang penting, hasil proses tersebut diberi kode agar sumber wawancara dapat ditemukan oleh

pembaca pada transkrip wawancara. Data dapat berbentuk uraian bagan, singkatan, diagram, atau tabel.

3.5 Uji Keabsahan Data

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode segitiga atau biasa disebut triangulasi. Teknik triangulasi digunakan untuk mendapatkan data yang otentik, dengan mencocokkan antara hasil wawancara dengan kondisi objek penelitian di lokasi. Teknik triangulasi adalah pendekatan *multimetode* yang dilakukan ketika mengumpulkan data serta mengupas data. Metode ini merupakan usaha pengecekan kebenaran data atau informasi yang diambil peneliti dari berbagai perspektif yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin hal praduga yang terjadi saat pengumpulan data (Firdaus & Zamzam, 2018).

Triangulasi merupakan pendekatan *multimetode* yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. triangulasi ialah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data (Rahardjo, 2017). Penelitian ini menggunakan metode audit dalam pengujian reliabilitas yang berfungsi agar penelitian ini dapat dipercaya apabila auditor dapat meninjau kembali proses penelitian tersebut.