



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 JENIS DAN SIFAT PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami fenomena sosial melalui gambaran yang holistik dan memperbanyak pemahaman mendalam (Moleong, 2014, h. 31). Sifat penelitian deskriptif menurut Rakhmat (2009, h. 24-26) penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa tanpa mencari atau menjelaskan hubungan, maupun menguji hipotesis atau membuat prediksi. Tujuan penelitian deskriptif adalah mengumpulkan informasi actual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Menurut Moleong (2014, h. 4) mendefinisikan metodologi penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Menurut mereka pendapat ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke

dalam variabel atau hipotesis tetapi memandang sebagai bagian dari keseluruhan keutuhan.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretatif (menggunakan penafsiran) yang melihat banyak metode dalam menelaah masalah dalam penelitiannya. Secara konvensional metode kualitatif cenderung diasosiasikan dengan keinginan peneliti untuk menelaah makna, konteks, dan suatu pendekatan holistik terhadap suatu fenomena (Mulyana, 2013, h. 5)

Dalam penelitian ini permasalahan yang akan dikaji oleh peneliti merupakan masalah yang bersifat sosial dan dinamis. Oleh karena itu, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian tersebut. Menurut Sukmadinata bahwa penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang ditunjukkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok (Sukmadinata, 2011, h. 60).

3.2 METODE PENELITIAN

Dalam metode penelitian yang akan digunakan, peneliti akan mengkaji penelitian ini dengan metode studi kasus. Dalam Soekanto (2009, h. 43) metode studi kasus bertujuan untuk mempelajari sedalam-dalamnya salah satu gejala nyata dalam kehidupan masyarakat. Oleh karena itu, guna memberikan penjabaran yang mendalam mengenai implementasi *customer relationship management*

dalam mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan, peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus.

Soekanto (2009, h. 43) berpendapat, “studi kasus dapat digunakan untuk menelaah suatu keadaan kelompok masyarakat setempat, lembaga-lembaga maupun individu-individu.” Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa studi kasus digunakan untuk mempelajari, menginterpretasikan atau menerangkan dan menelaah suatu kasus (*case*) secara natural tanpa adanya intervensi yang timbul dari pihak luar.

3.3 KEY INFORMAN DAN INFORMAN

Pemilihan *key informan* dan informan bertujuan untuk mengarahkan peneliti pada data yang spesifik dalam menjawab masalah penelitian. Adapaun *key informan* yang dipilih adalah orang yang berkompeten dan berkaitan dengan penelitian. Kriteria *key informan* dalam penelitian sebagai berikut:

1. Indra Hedy Lesmana

Narasumber merupakan Event & Marketing Communication Section Head di *Mall fX Sudirman*. Narasumber dipilih untuk menjadi *key informan* karena narasumber bertanggung jawab dalam mengatur program CRM dalam membangun loyalitas pelanggan di *Mall fX Sudirman*. Melihat hal itu, peneliti melihat narasumber dapat dijadikan *key informan* dalam penelitian ini.

Selain itu, terdapat pula informan yang merupakan pihak-pihak terkait yang dipilih guna memberikan informasi yang dibutuhkan untuk mendukung penelitian. Informan dalam penelitian di antaranya:

2. Olivya Yosephine

Narasumber ini merupakan salah satu Staff Marketing Communication di *Mall fX Sudirman*. Narasumber bertanggung jawab untuk fokus pada implementasi dan pelaksanaan program CRM pada *Mall fX Sudirman*. Oleh sebab itu, narasumber dipilih untuk menjadi informan.

3. Zainal Abidin

Narasumber ini dipilih untuk menjadi informan lainnya karena memiliki *background* sebagai *Public Relations* manajer salah satu BUMN, *Guest Lecture* di UPH dan di Esa Unggul pada tahun 2005-2016, dan konsultan IMC Online dan *copy writer*. Narasumber mampu menjelaskan strategi perencanaan dari CRM yang baik. Oleh karena itu, narasumber dipilih untuk menjadi narasumber ahli.

3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Setiap penelitian yang dilakukann memerlukan data-data yang tepat untuk menunjang penelitian. Oleh karena itu, setiap peneliti diharuskan memilih teknik pengumpulan data yang tepat. Menurut Creswell (2013, h. 267-270) terdapat empat prosedur dalam teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu wawancara tatap muka dengan partisipan, wawancara melalui telepon, terlibat dalam diskusi fokus grup, dan wawancara yang dilakukan melalui *e-mail*. Beberapa metode wawancara di atas secara umum memerlukan pertanyaan-pertanyaan yang tidak terstruktur dan bersifat terbuka yang bertujuan untuk memunculkan sudut pandang dari para partisipan. Dalam hal ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan cara tatap muka dan melalui *e-mail*.

2. Observasi

Dalam observasi, seorang peneliti kualitatif turun langsung ke lapangan untuk mengamati perilaku setiap individu di lokasi penelitian. Peneliti kualitatif juga dapat menjadi non-partisipan, bahkan menjadi partisipan pada kasus yang diamati.

3. Dokumen

Penelitian kualitatif dapat mengumpulkan informasi melalui studi dokumen. Biasanya berupa dokumen publik seperti koran, makalah, laporan kantor, ataupun dokumen privat yang meliputi buku harian, diary, surat, dan *e-mail*.

4. Materi Audio-Visual

Kategori terakhir merupakan materi audio-visual yang berupa foto, objek seni, videotape, rekaman suara, atau segala jenis bunyi dan suara.

Melalui penjelasan diatas bahwa teknik pengumpulan data merupakan hal yang sangat penting. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan memperoleh data-data yang memenuhi standar data yang telah ditetapkan. Berdasarkan sumber data, teknik pengumpulan data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

3.4.1 Sumber Primer

Sumber primer merupakan sumber yang langsung memberikan data kepada orang yang sedang mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data Wawancara mendalam digunakan dalam penelitian ini.

3.4.2 Sumber Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada orang yang mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang termasuk sumber sekunder, adalah studi dokumen. Studi dokumen digunakan sebagai pelengkap dalam penelitian kualitatif. Dokumen yang digunakan dapat terbentuk tulisan dan gambar serta karya manusia.

Peneliti menggunakan wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi yang tepat terkait dengan penelitian yang dilakukan sedangkan penggunaan studi dokumen sebagai pelengkap untuk penelitian ini.

3.5 KEABSAHAN DATA

Penelitian kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Melalui keabsahan data kredibilitas penelitian kualitatif dapat tercapai. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Menurut Denzin dan Lincoln (2005, h. 454), triangulasi dianggap sebagai proses menggunakan beberapa data untuk memperjelas makna, memverifikasi pengulangan dari sebuah pengamatan atau penafsiran. Dalam memenuhi keabsahan data penelitian ini dilakukan triangulasi dengan sumber. Hal ini dapat dilakukan dengan cara (Bungin, 2007, h. 265):

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu
4. Membandingkan keadaan perspektif seorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan, dan membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Oleh karena itu, peneliti mencoba mencari data dan informasi melalui wawancara mendalam dan studi kepustakaan dalam rangka menjawab permasalahan dalam penelitian.

3.6 TEKNIK ANALISIS DATA

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dimulai dengan menyiapkan dan mengorganisasikan data (yaitu, data teks seperti transkrip, atau data gambar seperti foto) untuk analisis, kemudian melakukan reduksi data menjadi tema melalui proses pengodean dan peringkasan kode, terakhir adalah menyajikan data tersebut dalam bentuk bagan, tabel, atau pembahasan (dalam Creswell, 2013, h. 251).

Metode analisis data yang dilakukan peneliti dalam bentuk analisis data kualitatif melalui pengolahan data sebagai prosedur penelitian yang bersikap deskriptif, yaitu data yang diperoleh kemudian dianalisa dan dibandingkan dengan teori-teori dan kemudian dievaluasi. Hasil evaluasi tersebut yang akan ditarik sebagai kesimpulan untuk menjawab permasalahan yang muncul. Teknik yang digunakan dalam analisis data dalam penelitian ini adalah teknik analisis data model interaktif menurut Miles & Huberman (dalam Ardianto, 2011, h. 223) ada tiga jenis kegiatan dalam analisis data:

a. Reduksi data

Data yang diperoleh di lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data

selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data bisa dibantu dengan alat elektronik seperti: komputer, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu. Dengan reduksi, maka peneliti merangkum, mengambil data yang penting, membuat kategorisasi, berdasarkan huruf besar, huruf kecil dan angka. Data yang tidak penting dibuang.

b. Model data

Dalam model ini sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun dengan rapih dan membolehkan para peneliti untuk mendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk yang sering dari model data kualitatif selama ini adalah teks naratif.

c. Penarikan/verifikasi kesimpulan

Dari permulaan data peneliti kualitatif mulai memutuskan apakah makna dari sesuatu, mencatat keteraturan, pola penjelasan didalamnya, konfigurasi yang mungkin alur sebab dan akibat dan proposisi.

Melalui model analisis data Miles & Huberman, peneliti mencoba untuk mengumpulkan dan merumuskan data dan informasi yang lengkap melalui wawancara mendalam dan studi kepustakaan terhadap subjek peneleitian dalam rangka menjawab permasalahan penelitian mengenai strategi CRM di *Mall fX Sudirman* dalam membangun loyalitas pelanggan.

3.7 FOKUS PENELITIAN

Fokus Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apa saja yang dilakukan *Mall fX* Sudirman dalam pelaksanaan *customer relationship management* dalam membangun loyalitas pelanggan. Maka dari itu peneliti menggunakan metode IDIC atau *identification - differentiation - interaction - customization*. Konsep yang diperkenalkan oleh Pepper dan Rogers (Buttle, 2009, h. 19) sebagai proses pencapaian tujuan CRM sebagai titik awal dari pemahaman kuat akan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

1. *Identification*, mengidentifikasi pelanggan *Mall fX* Sudirman dengan database pelanggan.
2. *Differentiation*, membedakan dan mengkategorikan pelanggan menurut nilai dan kebutuhan.
3. *Interaction*, interaksi dengan pelanggan dengan loyalty program.
4. *Customization*, menyesuaikan penawaran dan komunikasi agar memastikan ekspektasi pelanggan dapat tercapai.