



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

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Dalam pemahaman peneliti kualitatif, realitas itu, realitas alam sekalipun, dikonstruksi secara sosial yakni berdasarkan kesepakatan bersama. Hasil konstruksi itu dipengaruhi sifat hubungan antara peneliti dengan yang diteliti, serta kendala-kendala situasional di antara keduanya. Para pakar mendefinisikan ‘penelitian kualitatif’ secara berlainan, juga beberapa istilah lain yang merupakan derivasinya. Jika disederhanakan lagi, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat interpretif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode, dalam menelaah masalah penelitiannya. Penggunaan metode ini juga kerap disebut sebagai triangulasi.

Dalam penelitian ini, peneliti berusaha menganalisis *personal selling* di *service sector* Starbucks Coffee Binus Alam Sutera melalui barista dalam menciptakan *customer engagement* dengan para *customers*-nya melalui *core brand value* yang muncul dalam berbagai aspek operasional keseharian yang Starbucks tawarkan kepada para *customers*, sehingga peneliti memilih untuk menggunakan penelitian kualitatif. Peneliti memaparkan dan menjelaskan secara mendalam *personal selling* yang diterapkan Starbucks Coffee Binus Alam Sutera dalam menciptakan *customer engagement* melalui para barista-nya.

Penelitian ini bersifat deskriptif, dimana penelitian dapat menggunakan elemen dari metodologi penelitian kualitatif. Penelitian deskriptif sendiri mengacu kepada jenis pertanyaan penelitian serta analisis data yang akan diaplikasikan kepada sebuah topik. (Kriyantono, 2009)

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dari penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini, data dapat dianalisis menggunakan konsep atau teori dasar. Hal ini dilakukan agar mempermudah untuk melihat adanya koneksi antara kerangka teoritis dan konseptual serta metodologi tertentu yang digunakan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk menganalisis *personal selling* di *service sector* Starbucks Coffee Binus Alam Sutera melalui barista dalam menciptakan *customer engagement* karena metode riset yang digunakan mengambil berbagai jenis sumber data yang dapat digunakan untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif aspek-aspek individu, kelompok, program ataupun peristiwa dengan cara yang sistematis (Kriyantono, 2009).

Wawancara sendiri merupakan suatu metode dimana sebuah hasil penelitian mencapai saturasi data. (Bernard, 2010) menyatakan bahwa jumlah wawancara yang dibutuhkan agar studi kualitatif dapat mencapai saturasi data merupakan sebuah angka yang tidak dapat dihitung, tapi peneliti dapat mengambil

yang memang Ia bisa dapatkan. Terlebih, pertanyaan wawancara harus dibuat terstruktur sehingga dapat menanyakan peserta pertanyaan yang sama, jika tidak, peneliti tidak akan mencapai saturasi data (Guest et al., 2006).

3.3. Key Informan dan Informan

Narasumber/ Informan dapat diartikan sebagai seseorang yang memberi (mengetahui secara jelas atau menjadi sumber) informasi; informan. Persyaratan untuk menjadi informan tentu saja harus orang yang memiliki relevansi terhadap topik yang dibahas serta tingkat kredibilitas yang tinggi untuk memastikan apakah orang tersebut mengerti tentang topik serta sanggup memberikan jawaban yang dicari oleh peneliti.

Dalam penelitian yang berjudul “Analisis *Personal Selling* melalui Barista Starbucks Coffee Binus Alam Sutera dalam Menciptakan *Customer Engagement*” peneliti akan mewawancarai:

1. Shift Supervisor Starbucks Coffee Binus Alam Sutera Kiki Novianty dan Barista Trainer/Coffee Master Starbucks Coffee Binus Alam Sutera, Garry Augusta Santoso sebagai key informans. Mereka berdua terlibat secara langsung dalam kegiatan operasional Starbucks Coffee Binus Alam Sutera sehari-hari dan menjalankan kegiatan *personal selling* tersebut.
2. Setiani Hendratno serta Vania Joewono, selaku *regular customers* di Starbucks Coffee Binus Alam Sutera yang memang frekuensi

kedatangannya bisa mencapai 2-6 kali dalam seminggu dan juga telah memiliki hubungan yang dekat dengan para Barista Starbucks Coffee Binus Alam Sutera. Setiani adalah seorang dosen di bidang Akuntansi Manajemen di Universitas Binus Alam Sutera, sedangkan Vania adalah seorang mahasiswi jurusan DKV di Universitas Binus Alam Sutera.

3. Hery Kurniawan, yang pada saat ini menjabat sebagai VP Internal Communications di PT CIMB Niaga Tbk, dalam penelitian ini adalah sebagai ahli/praktisi yang memahami topik *personal selling* dan *customer engagement*. Beliau telah memiliki pengalaman di bidang internal communications dan juga customer service sehingga dapat memberikan insight yang sesuai dengan penelitian ini.

Dalam penelitian ini, pengumpulan data akan dilakukan dengan cara melakukan *in-depth interview* dengan para *key informant* dan *informant* dan tanggapan mereka mengenai *personal selling* yang dilakukan oleh barista Starbucks Coffee Binus Alam Sutera dalam menciptakan *customer engagement*.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Data Primer

Data primer dapat diperoleh melalui wawancara dengan berbagai narasumber yang kemudian diolah dalam bentuk *script* yang merupakan bentuk tertulis dari wawancara yang telah dilakukan.

Data primer dimengerti sebagai data yang didapat dari sumber informasi yang belum mengalami analisis sebelum dimasukkan ke dalam penilaian. Data primer diambil langsung dari populasi yang terdampak oleh tim penilaian di lapangan. Data primer seringkali diambil melalui wawancara langsung ataupun diskusi dengan anggota dari komunitas yang terdampak.

Menurut Bungin (2008), wawancara mendalam atau *in-depth*, merupakan sebuah proses mendapatkan informasi serta penjelasan demi mencapai tujuan penelitian dengan bertanya jawab secara langsung antara peneliti dengan *key informan* dan dipandu melalui pedoman wawancara.

Peneliti menggunakan wawancara mendalam atau *in-depth* sebagai data primer yang dikumpulkan melalui *key informan*. Teknik *purposive sampling* juga digunakan dalam menentukan narasumber yang akan dipilih guna untuk mencari narasumber yang paling cocok dan memiliki pengetahuan terhadap topik yang akan ditanyakan sehingga akan mempermudah peneliti untuk mendapatkan jawaban yang diinginkan (Sugiyono, 2009)

Peneliti juga melakukan penelitian lapangan dimana peneliti mengamati kegiatan operasional sehari-hari di Starbucks Coffee Binus Alam Sutera, termasuk interaksi para partner dengan satu sama lain dan juga para partner dengan *customer*.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yang dikumpulkan dari buku-buku dan beberapa sumber lainnya seperti informasi yang didapatkan dari

jurnal dan berbagai situs serta data lain yang didapatkan ada masa pencarian data dan layak untuk dijadikan materi penelitian.

Data sekunder merupakan informasi yang biasanya diambil oleh peneliti yang tidak terlibat secara langsung pada penilaian dan telah mengalami setidaknya satu analisis sebelum dimasukkan ke penilaian. Data sekunder juga dapat terdiri dari penelitian yang telah dipublikasikan, materi internet, laporan media serta data yang telah dibersihkan, dianalisis serta dikumpulkan dengan tujuan yang tak alin adalah untuk penilaian seperti penelitian akademik atau agensi atau sector spesifik yang memonitor laporan.

3.5 Keabsahan Data

Triangulasi merupakan sebuah metode yang digunakan untuk meningkatkan validitas sebuah penemuan, melalui pencarian bukti-bukti dari berbagai sumber dan membandingkan penemuan dari berbagai sumber yang berbeda tersebut. Contohnya, jika telah dilakukan sebuah wawancara dan *focus groups*, bandingkanlah penemuan dari masing-masing sumber tersebut. Jika hasilnya sama, maka hal tersebut akan memperkuat kepercayaan kita dalam telah mengidentifikasi isu yang penting (Neuman, 2000).

Triangulasi merupakan penggunaan kombinasi dari berbagai metode untuk mengeksplorasi satu set pertanyaan penelitian. Logika triangulasi memperbolehkan penggunaan metode serta sumber data yang berbeda untuk menginvestigasi fenomena yang sama dan pada proses tersebut dapat dinilai keberhasilan atau validitas dari metode serta sumber yang berbeda dengan cara

membandingkannya. Jika sebuah fenomena diukur dari berbagai sudut, maka akan lebih mudah untuk mendapatkan pengukuran yang akurat.

Selain itu, hal tersebut memberikan sebuah implikasi bahwa pandangan terhadap dunia sosial, bahwa ada sebuah realitas sosial yang objektif dan yang harus dilakukan para peneliti adalah mencari tahu poin triangulasi mana yang paling cocok untuk digunakan. Konsep triangulasi mengajak peneliti untuk melakukan sebuah pendekatan kepada pertanyaan penelitian mereka dari berbagai sudut serta mengeksplorasinya dengan berbagai cara. Triangulasi meningkatkan validitas karena hal tersebut mendukung adanya fenomena sosial yang multi-dimensional (Mason, 2002).

Metode membandingkan data dari berbagai sumber diketahui sebagai triangulasi dan terkadang digunakan untuk membuktikan validitas sebuah penelitian kualitatif. Namun tak semua orang menyetujui pentingnya untuk melakukan triangulasi dan masih banyak cara lain untuk mendemonstrasikan kepercayaan terhadap suatu data kualitatif (Shaw, I, 2003c).

Dalam penelitian ini triangulasi digunakan untuk menguji kredibilitas dan kebenaran data yang diperoleh pada hasil penelitian menjadi kredibel. Hal ini terbukti dari hasil data di Starbucks Coffee Binus Alam Sutera melalui wawancara dengan para informan, serta data-data lain yang didapat.

3.6 Teknik Analisis Data

Data yang diambil dari wawancara serta dokumen-dokumen pendukung lainnya kemudian akan dianalisis melalui model Miles & Huberman (Ardianto, 2010), yang terdiri dari tiga komponen sebagai berikut:

1. Reduksi data: merupakan bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang dan menyusun data sehingga kesimpulan akhir dapat ditemukan.
2. Model data: kumpulan informasi yang telah disusun sehingga kesimpulan dapat dijelaskan dengan baik. Model data kualitatif ini berbentuk teks naratif.
3. Penarikan kesimpulan: Menjelaskan hasil serta sebab dan akibat dari semua data yang telah dikumpulkan

Peneliti akan menarik kesimpulan dari wawancara dari key informan informan manajemen dan partner barista Starbucks Coffee Binus Alam Sutera dengan hasil wawancara dari *regular customers* dan juga ahli pihak ketiga, dan juga dari data yang didapat dari studi kepustakaan yang dilakukan oleh peneliti.

Hal ini dilakukan dengan tujuan agar data yang didapat dari penelitian di Starbucks Coffee Binus Alam Sutera menjadi suatu konsep yang *valid*.