



### **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 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan suatu sudut pandang yang digunakan dalam melihat atau menilai sesuatu. Moelong (2007, h. 49) mengatakan paradigma dapat didefinisikan sebagai cara mendasar untuk mempersepsi, berfikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang visi realitas.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivistik. Paradigma post-positivistik mengutamakan interaksi antara peneliti dengan subjek yang diteliti melalui metode kualitatif seperti wawancara (Bungin, 2009, h. 242). Paradigma post-positivistik juga menghargai proses dan perbedaan yang ada karena paradigma post-positivistik menekankan analisis secara menyeluruh dan kontekstual (Salam, 2011, h. 191). Paradigma post-positivistik dimulai dari satu fenomena yang selanjutnya dialami untuk menghasilkan suatu teori baru yang bertujuan untuk mengetahui makna atas pengalaman seseorang atau sekelompok orang dalam suatu fenomena.

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivistik untuk menggambarkan suatu fenomena yang terjadi dalam suatu organisasi atau sekelompok orang, bersifat tidak untuk menarik standarisasi melainkan berfokus pada proses. Oleh sebab itu penelitian analisis strategi *customer relationship*

*management* untuk meningkatkan *customer loyalty* nasabah prioritas BNI Emerald dirasa cocok untuk menggunakan paradigma ini.

### **3.2 Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian**

Penelitian ini merujuk pada penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi dan tindakan secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata – kata, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Ghony dan Almanshur, 2012, h. 25).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif. Raco (2010, h. 60) menjelaskan sifat deskriptif sebuah penelitian mengacu kepada cara penyajian data dengan menggunakan keterangan yang terperinci sehingga dapat membantu pembaca merasakan dan membayangkan keadaan yang terjadi sebenarnya. Penelitian deskriptif menurut Ghony & Almanshur (2012, h. 365) merupakan jenis penelitian yang bertujuan menjelaskan sesuatu seperti secara mendalam. Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka merupakan kunci dari apa yang telah diteliti. Data tersebut bisa berasal dari hasil wawancara, foto, video, dokumen pribadi, catatan dan dokumen resmi.

Peneliti menggunakan penelitian deskriptif karena peneliti ingin menjelaskan dan menganalisis secara detail bagaimana BNI Emerald mengembangkan strategi CRM yang menghasilkan kegiatan CRM "BNI Emerald

F1 Experience" dari tahap awal pembuatan strategi hingga evaluasi untuk meningkatkan loyalitas nasabah prioritas yang mengikuti kegiatan CRM tersebut.

### **3.3 Metode Penelitian**

Menurut Sugiyono (2013, h. 2), Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini yaitu metode studi kasus. Menurut Yin (2013, h. 18) studi kasus adalah suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dan konteks tidak terlihat jelas.

Peneliti menggunakan studi kasus karena peneliti ingin memahami fenomena yang ada terkait kondisi kontekstual tertentu yang berkaitan dengan studi yang sedang dilakukan. Metode studi kasus yang digunakan oleh peneliti sejalan dengan paradigma post-positivistik yang memandang penelitian harus digali langsung dari sumbernya. Peneliti mengetahui bahwa adanya fakta dari sumber yang bersangkutan dapat membangun sebuah pengetahuan baru dan memperkuat hasil penelitian. Peneliti menggunakan tipe studi kasus menurut Yin karena dapat mendukung paradigma yang digunakan oleh peneliti.

### **3.4 Partisipan**

Dalam penelitian kualitatif tidak digunakan istilah populasi. Teknik *sampling* yang digunakan oleh peneliti adalah *purposive sampling* yang menurut Kriyantono (2009, h. 159) adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, penentuan informan dilakukan atas kriteria tertentu berdasarkan dari tujuan penelitian. Peneliti menetapkan beberapa narasumber yang memahami

bagaimana strategi CRM dibuat dari tahap awal, tahap kegiatan CRM dilakukan dan tahap evaluasi. Tahap evaluasi dapat memberikan pengetahuan tentang meningkat atau tidaknya loyalitas nasabah prioritas BNI Emerald yang mengikuti kegiatan CRM. maka peneliti melakukan wawancara dengan:

1. Riri Hastari sebagai *Marketing Communication Manager BNI Emerald*.

Dalam kegiatan CRM "BNI Emerald F1 Experience", informan merupakan pendamping nasabah prioritas sebagai perwakilan dari BNI Emerald untuk mengetahui tahapan-tahapan yang dijalankan BNI Emerald dari membuat strategi CRM hingga menentukan "BNI Emerald F1 Experience" sebagai kegiatan CRM untuk meningkatkan loyalitas nasabah prioritas serta penulis ingin mengetahui apakah kegiatan CRM ini efektif untuk meningkatkan loyalitas nasabah prioritas.

2. Vanda Kusumaningrum sebagai *Chief Executive Officer (CEO) Global Motorsport Tours*.

Informan merupakan sosok yang berpengalaman terkait CRM karena beliau merupakan mantan *Communication Strategy Manager* UD Trucks Indonesia. Beliau telah melakukan beragam aktivitas strategi komunikasi termasuk CRM. Selain itu beliau juga merupakan sosok yang melakukan *pitching* kegiatan CRM "BNI Emerald F1 Experience" sehingga penulis juga dapat mengetahui latar belakang pemilihan kegiatan CRM ini untuk meningkatkan loyalitas nasabah prioritas dari sudut pandang narasumber.

3. Ryne Princeeilla sebagai *Marketing Communication* Global Motorsport Tours.

Informan secara langsung terlibat sebagai pendamping nasabah prioritas selama kegiatan CRM berlangsung, sehingga informan mengetahui *feedback* yang diberikan nasabah prioritas yang mendapatkan pengalaman dalam kegiatan CRM positif ataupun negatif, tidak hanya secara keseluruhan, akan tetapi juga dalam hari per harinya. Hasil wawancara dapat menjadi data peninjauan atas hasil wawancara dengan Riri Hastari.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2013, h. 224) teknik pengumpulan data adalah langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya yaitu:

#### 3.5.1 Data Primer

1. Wawancara

Peneliti melakukan wawancara mendalam karena peneliti ingin menggali informasi yang ada sedalam mungkin dari narasumber.

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2013, h. 231), wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi melalui tanya jawab sehingga makna dalam suatu topik tertentu dapat dikonstruksikan.

Penulis menggunakan wawancara terhadap narasumber yang narasumber yang mempunyai wawasan luas atas CRM, mendapatkan

*feedback* secara verbal maupun non verbal dari nasabah prioritas selama kegiatan CRM berlangsung dan mengetahui proses kegiatan CRM dirancang hingga dilaksanakan hingga evaluasi, dimana evaluasi akan menunjukkan apakah kegiatan CRM efektif dalam meningkatkan loyalitas nasabah prioritas atau tidak.

Proses wawancara dilakukan secara semi-formal namun pertanyaan diajukan secara santai. Oleh karena itu peneliti dapat menggali informasi terkait kegiatan CRM "BNI Emerald F1 Experience" untuk meningkatkan loyalitas nasabah prioritas dan juga memperoleh informasi berdasarkan sudut pandang narasumber mengenai kegiatan CRM ini.

## 2. Studi Dokumen

Penulis melakukan studi dokumen untuk menganalisis data yang ada terkait kegiatan CRM yang dilakukan. Menurut Sugiyono (2013, h. 240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bias berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental seseorang. Dokumen dikumpulkan dan dipelajari untuk menambahkan wawasan fenomena yang terjadi dan akan membantu peneliti dalam membuat interpretasi data.

### 3.5.2 Data Sekunder

Menurut Sugiyono, (2013, h. 131) data sekunder yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Dalam penelitian ini peneliti



juga menggunakan studi pustaka sebagai sumber pengumpulan data yang bersifat sebagai tambahan untuk mendukung konsep yang dan teori yang digunakan.

### 3.6 Keabsahan Data

Keabsahan data dapat dilihat setelah melakukan empat tes keabsahan data (Yin, 2013, h. 71) yaitu:

1. Keabsahan Konstruk (*Construct Validity*)

Mengidentifikasi tolak ukur operasional secara benar untuk konsep yang sedang dipelajari. Terdapat tiga taktik yang dapat digunakan untuk membangun keabsahan konstruk dalam melakukan studi kasus, yaitu:

- a. Penggunaan beberapa sumber bukti agar dapat mendorong alur penelitian. Taktik ini berkaitan relevan dalam melakukan pengumpulan data.
- b. Membangun rantai bukti-bukti yang didapatkan agar bukti-bukti yang didapat terstruktur mengikuti alur penelitian. Taktik ini berkaitan relevan dalam melakukan pengumpulan data.
- c. Hasil penelitian ditinjau oleh *key informant* untuk menyesuaikan kembali informasi yang telah diberikan informan.

2. Keabsahan Internal (*Internal Validity*)

Keabsahan internal merupakan konsep yang mengacu kepada seberapa jauh kesimpulan hasil penelitian menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Keabsahan internal dicapai melalui analisis dan



interpretasi yang tepat. Walaupun keabsahan internal dilakukan, tidak menutup kemungkinan bahwa kesimpulan yang muncul berbeda-beda.

### 3. Keabsahan Eksternal (*External Validity*)

Keabsahan eksternal berkaitan dengan mengetahui apakah penemuan studi dapat digeneralisasikan dengan studi lainnya seperti eksperimen, survei dan studi kasus. Meskipun tidak ada kesimpulan yang pasti dalam penelitian kualitatif, dapat dikatakan bahwa penelitian kualitatif memiliki keabsahan eksternal pada kasus-kasus lain selama kasus berada dalam konteks yang sama.

### 4. Keandalan (*Reliability*)

Tujuannya untuk meminimalisir kesalahan ataupun bias dalam penelitian dan memastikan penelitian berikutnya untuk mengikuti prosedur yang sama seperti yang telah dijelaskan oleh penelitian sebelumnya sehingga penelitian kemungkinan untuk mempunyai kesimpulan yang sama.

Berdasarkan tes keabsahan data yang ada, peneliti menggunakan keabsahan internal (*internal validity*). Keabsahan internal digunakan berdasarkan teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *pattern matching* dan *explanation building*. *Pattern matching* digunakan untuk melihat apakah konsep implementasi CRM berbasis teknologi dapat digunakan dalam CRM berbasis *event*. Selain itu penelitian ini dilakukan untuk melihat apakah kegiatan CRM yang digunakan efektif untuk meningkatkan *customer loyalty* sehingga diperlukan *explanation building* untuk memaparkan tahap implementasi

CRM "BNI Emerald F1 Experience" untuk meningkatkan *customer loyalty* nasabah prioritas BNI Emerald sebagai hasil evaluasi dari kegiatan CRM yang telah dibuat.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Yin (2013, h. 217), terdapat beberapa teknik analisis yang dapat digunakan untuk menganalisis studi kasus yaitu:

#### 1. *Pattern Matching*

Didasarkan pada empiris dengan pola yang diprediksi. Apabila kedua pola memiliki kesamaan, maka akan menguatkan validitas sebuah studi kasus. *Pattern matching* akan relevan dengan studi variabel yang sudah ditentukan sebelum dilakukan pengumpulan data.

#### 2. *Explanation Building*

Tujuan dari *explanation building* yaitu untuk membuat penjelasan dari hasil penelitian. Analisis ini menunjukkan bagaimana penjelasan tidak dapat dibangun atas serangkaian peristiwa aktual dalam studi kasus, melainkan ketertarikan hubungan antar sebab akibat yang dijelaskan dalam pertanyaan "*how*" dan "*why*".

#### 3. *Time-Series Analysis*

Tahap analisis ini sulit dan kompleks karena bertumpu pada waktu sebagai landasan yang kokoh untuk penarikan kesimpulan. Namun analisis ini dapat jauh lebih sederhana dibandingkan dengan pencocokan pola yang lebih umum. Dalam *time series* mungkin hanya terdapat satu variabel dependen atau independen.

#### 4. *Logic Models*

Menetapkan kejadian pada rantai yang kompleks dalam sebuah periode waktu yang panjang. Peristiwa ditunjukkan dengan adanya dampak dari sebab akibat secara berkelanjutan sehingga penggunaan analisis dapat digunakan untuk mengamati peristiwa untuk memprediksi kejadian secara teoritis. Penggunaan model ini terdiri dari pencocokan peristiwa yang diamati secara empiris dengan peristiwa yang diprediksi secara teoritis. Secara konseptual, dapat dipertimbangkan teknik model logika sebagai bentuk lain dari pencocokan pola. Namun, karena berdasarkan tahapan berurutan kedua teknik tersebut, model logika layak dibedakan sebagai teknik analitik yang terpisah dari pencocokan pola.

#### 5. *Cross-Case Synthesis*

Analisis lintas kasus adalah metode yang memfasilitasi perbandingan kesamaan dan perbedaan dalam peristiwa, kegiatan, dan proses yang merupakan unit analisis dalam studi kasus. Istilah analisis lintas kasus kadang-kadang digunakan sebagai istilah umum untuk analisis dua atau lebih studi kasus untuk menghasilkan hasil yang telah disatukan.

Berdasarkan teknik-teknik yang ada, peneliti menggunakan teknik analisis data yang relevan dengan penelitian ini yaitu *pattern matching* dan *explanation building* dikarenakan peneliti ingin melihat apakah tahap implementasi CRM menurut Buttle (2015, h. 360) dapat digunakan dalam kegiatan CRM "BNI

Emerald F1 Experience", sehingga dapat terlihat apakah konsep yang digunakan relevan dengan apa yang terjadi secara nyata. Selain itu peneliti ingin memaparkan bagaimana tahap dan proses yang dilakukan oleh BNI Emerald dalam membangun kegiatan CRM "BNI Emerald F1 Experience" untuk meningkatkan loyalitas nasabah prioritas BNI Emerald.

A large, light blue watermark logo of UMN (Universitas Multimedia Nusantara) is centered on the page. It features a stylized 'U' shape composed of several white squares of varying sizes arranged in a grid-like pattern.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA