

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti membutuhkan sudut pandang atau cara pandang sendiri untuk menyelesaikan sebuah penelitian. Cara pandang tersebut yang menentukan keberhasilan penelitian agar sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian. Maka dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma post-positivisme, menurut Creswell & Creswell, bahwa paradigma post-positivisme merupakan sebuah cara atau paradigma yang melihat secara mendalam menuju hasil akhir, tentunya akan ada faktor yang mempengaruhi (Creswell & Creswell, 2018, p. 45).

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme karena melalui paradigma ini terlihat sebuah proses yang terjadi akan berdampak pada hasil akhir, berhubungan dengan strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan mampu menimbulkan loyalitas kepada pelanggan.

3.2 Sifat/Jenis Penelitian

Penelitian yang berjudul “Implementasi Strategi *Customer Relationship Management* Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan” menggunakan penelitian kualitatif karena diartikan sebagai penelitian yang melakukan eksplorasi dan memahami sebuah makna seorang individu atau kelompok terhadap permasalahan sosial atau individu (Creswell & Creswell, 2018, p. 41).

Peneliti mengambil penelitian kualitatif karena ingin melihat sebuah strategi dari perusahaan Shopee yang berkaitan dengan persoalan loyalitas pelanggan.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Menurut Yin, pandangan mengenai metode studi kasus adalah menjelaskan kembali secara terperinci terkait dengan topik yang telah diterapkan dalam penelitian. Studi kasus juga menjelaskan serangkaian keputusan “mengapa” dan “bagaimana” keputusan tersebut terjadi hingga mendapatkan hasil penelitian (Yin, 2018, p. 44).

Metode studi kasus diterapkan pada penelitian ini untuk melihat strategi apa saja yang telah dijalankan dan dirasa tepat oleh Shopee dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

3.4 Partisipan

Dalam penelitian kualitatif yang berjudul “Implementasi Strategi *Customer Relationship Management* Shopee dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan” akan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu sebuah cara untuk menentukan partisipan yang telah ditetapkan atas dasar sebuah karakteristik dan pertimbangan tertentu, sebagai contoh orang yang dianggap paling memahami tentang apa yang dikerjakan, sehingga dapat memudahkan penelitian untuk menjelajahi objek atau sebuah situasi yang akan diteliti. Menurut Yin, dikatakan bahwa partisipan adalah seseorang yang menjadi sumber data dalam penelitian studi kasus yang akan diuji (Yin, 2018, p. 287). Terdapat satu atau lebih partisipan yang nantinya akan memberikan pendapat terkait dengan penelitian studi kasus.

Partisipan yang diperlukan adalah yang mengerti dengan baik terkait dengan perancangan strategi CRM dari awal hingga akhir dan memiliki kuasa dalam pengambilan keputusan. Melalui karakteristik utama tersebut, partisipan dalam penelitian ini antara lain:

1. Orang yang memegang dan menangani kegiatan CRM Shopee *member* secara langsung
2. Orang yang termasuk ke dalam jajaran pimpinan seperti supervisi, *manager*, dan lainnya

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 3.1 Informasi Partisipan

| No | Nama | Posisi | <i>Job Description</i> |
|----|---------------------------|------------------|--|
| 1. | Nicholas Anthony Tjahjono | Senior Associate | Menyusun strategi CRM, melakukan riset pasar, melakukan <i>brainstorming</i> bersama dengan tim Shopee lainnya, mengawasi program CRM agar terhindar dari <i>abuser</i> dan melakukan perizinan atas proposal yang telah dibuat untuk diajukan kepada atasan |
| 2. | Nada Larasati Salsabila | Senior Associate | Melakukan <i>design</i> pada program CRM, melakukan <i>brainstorming</i> atas strategi CRM dengan tim Shopee lainnya |
| 3. | Jason Tabrani | Associate | Menyusun strategi CRM, melakukan riset pasar, dan bekerja sama dengan Senior Associate untuk program CRM |

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara secara terstruktur. Pada umumnya setiap wawancara tentu memiliki partisipan dan pewawancara. Menurut Yin, dalam wawancara terstruktur ini, peneliti pertama-tama akan mencatat seluruh pertanyaan yang nantinya akan ditanyakan kepada partisipan (Yin, 2015, p. 141). Peneliti nantinya akan mengadopsi setiap perilaku, sikap, dan tanggapan dari setiap partisipan.

Pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara secara mendalam agar dapat mengetahui dengan baik “bagaimana” dan “mengapa” strategi CRM dapat meningkatkan loyalitas pelanggan di perusahaan Shopee.

3.6 Keabsahan Data

Dalam setiap penelitian, perlu adanya uji keabsahan data, dimana dalam penelitian ini agar mendapatkan data bisa menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi sendiri adalah sebuah teknik dalam mengumpulkan data yang bukan hanya sekedar mencari informasi dari partisipan melainkan bersandar atas sumber yang telah didapatkan (Yin, 2015, p. 87).

Pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, karena tujuan penelitian adalah untuk mengetahui kebenaran dari setiap jawaban yang telah

dikemukakan oleh beberapa sumber , nantinya akan peneliti selaraskan dari setiap jawabannya.

3.7 Teknik Analisis Data

Setiap penelitian tentunya membutuhkan teknik analisis data agar dapat membuktikan hasil penelitian dengan sumber yang telah ditentukan. *Pattern matching* merupakan salah satu bentuk teknik analisis data melalui pencocokan pola berbasis empiris, yang berdasarkan temuan dari studi kasus dengan pola prediksi yang telah dibuat sebelum melaksanakan pengumpulan data (Yin, 2018, p. 224).

Melalui teknik analisis data *pattern matching*, penelitian ini akan mampu menemukan kesamaan dari pola empiris dan prediksi yang nantinya akan memperkuat hasil penelitian.

