

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perilaku konsumen pada Shopee Live produk Skintific. Paradigma dapat diartikan sebagai dasar atau perspektif tertentu dalam memahami suatu konsep. Haryono (2020) menyatakan bahwa paradigma adalah kumpulan proposisi yang menjelaskan cara kita memahami dunia, mencakup pandangan terhadap dunia, metode untuk memecah kompleksitas dunia nyata, dan penjelasan mengenai hal-hal yang dianggap penting, sah, dan masuk akal. Priadana & Sunarsi (2021) juga mendefinisikan paradigma sebagai kerangka berpikir umum mengenai teori dan fenomena, mencakup asumsi dasar, isu pokok, desain penelitian, dan serangkaian metode untuk menjawab pertanyaan penelitian.

Dalam konteks penelitian ini, peneliti mengadopsi paradigma post-positivisme, yang menekankan pentingnya variasi metode sebagai cara untuk memahami realitas sebaik mungkin. Paradigma post-positivisme meyakini bahwa realitas tidak dapat sepenuhnya dipahami dan hanya dapat diperkirakan, sehingga diperlukan variasi metode untuk mendekati pemahaman yang komprehensif. Pendekatan ini menggunakan validitas internal dan eksternal dengan logika deduktif. Penelitian ini mengusung paradigma post-positivisme, yang menyatakan bahwa paradigma post-positivisme mengakui keberadaan realitas sesuai dengan hukum alam (Hasan et al., 2023). Paradigma Post-positivisme ini merefleksikan filosofi penelitian yang berfokus pada identifikasi dan penilaian penyebab yang mempengaruhi hasil, seperti yang sering ditemukan dalam eksperimen (Creswell, 2018). Paradigma ini sejalan dengan tujuan penelitian ini, yang bertujuan untuk melihat realitas sosial, khususnya pemanfaatan shopee live sebagai media komunikasi produk Skintific. Oleh karena itu, paradigma Post-positivisme

digunakan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi dan memahami faktor-faktor yang berpengaruh.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif. Creswell (2016:4) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan serangkaian metode yang digunakan untuk menggali serta memahami makna yang dianggap berasal dari masalah-masalah social atau kemanusiaan oleh individual tau kelompok orang tertentu. Jenis penelitian kualitatif berarti penelitian ini akan menekankan pengumpulan dan analisis data non-numerik untuk mendapatkan data tentang makna, pengalaman, dan sikap sosial dan budaya secara mendalam. Metode penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memberikan penjelasan mendalam tentang suatu fenomena spesifik yang sedang diteliti. Penjelasan ini diperoleh melalui pengumpulan data yang diperoleh dari interaksi langsung dengan partisipan, seperti wawancara. Proses ini dirancang untuk menghasilkan temuan penelitian yang berkualitas tinggi dan akurat. Sejalan dengan penelitian ini yaitu Analisis Perilaku Konsumen Pada Shopee Live Produk Skintific, peneliti menerapkan sifat penelitian deskriptif yang mampu menjelaskan secara rinci. Maka dari itu, peneliti menggunakan penelitian kualitatif dikarenakan relevansi dengan model dan tujuan penelitian yang dipilih.

Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi gejala, fakta, atau peristiwa dengan cara yang terstruktur dan tepat (Creswell, 2018). Penelitian deskriptif memfokuskan pada pemahaman terhadap berbagai masalah yang terjadi dalam masyarakat, norma-norma yang berlaku, serta situasi-situasi tertentu. Hal ini mencakup aspek hubungan, aktivitas, sikap, pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung, termasuk dampak-dampak dari suatu fenomena. Penelitian deskriptif tidak hanya berfungsi untuk menggambarkan situasi atau peristiwa, tetapi juga untuk menjelaskan hubungan, menguji hipotesis, membuat prediksi, serta menentukan makna dan dampak dari masalah yang sedang diteliti. Dalam penelitian yang akan dilaksanakan, metode

kualitatif deskriptif dipilih dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang akurat dan rinci tentang Analisis Perilaku Konsumen Pada Shopee Live Produk Skintific.

3.3 Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan studi kasus, yang merupakan bagian dari metode kualitatif yang bertujuan untuk menggali lebih dalam suatu kasus tertentu dengan melibatkan pengumpulan beragam sumber informasi. Menurut Creswell (2016:19), studi kasus adalah metode penelitian yang umum ditemukan dalam berbagai bidang, terutama dalam evaluasi. Dalam metode ini, peneliti melakukan analisis mendalam terhadap suatu kasus, seperti program, peristiwa, aktivitas, proses, atau individu-individu tertentu. Dengan menggunakan metode ini, peneliti diharapkan dapat menangkap kompleksitas dari kasus tersebut. Kasus yang dipilih harus bersifat tunggal dan khusus, dan studi ini dilakukan karena kasus tersebut dianggap unik, penting, dan memiliki manfaat bagi pembaca dan masyarakat pada umumnya. Dengan memahami kasus secara mendalam, peneliti dapat menggali makna yang penting bagi kepentingan masyarakat, organisasi, atau komunitas tertentu.

Kelebihan dari studi kasus dibandingkan dengan jenis studi lainnya adalah kemampuan peneliti untuk mengkaji subjek secara mendalam dan menyeluruh. Meskipun demikian, kelemahan studi kasus terletak pada sifat informasi yang diperoleh yang bersifat subjektif, hanya relevan untuk individu yang bersangkutan, dan tidak dapat dengan mudah diterapkan pada kasus yang melibatkan individu lain. Artinya, generalisasi informasi yang ditemukan dalam studi kasus sangat terbatas. Studi kasus tidak dirancang untuk menguji hipotesis, tetapi sebaliknya, hasil studi kasus dapat menghasilkan hipotesis yang dapat diuji melalui penelitian lebih lanjut. Dari studi kasus, banyak teori, konsep, dan prinsip dapat dihasilkan, memberikan kontribusi pada pemahaman yang lebih luas.

Penelitian ini menerapkan metode studi kasus karena merupakan pendekatan yang paling relevan dan efektif sesuai dengan tujuan penelitian. Melalui metode ini, berbagai aspek yang diteliti dapat dijelaskan secara komprehensif. Oleh

karena itu, mengingat topik penelitian yang difokuskan pada Analisis Perilaku Konsumen Pada Shopee Live Produk Skintific, metode studi kasus dianggap sebagai pilihan yang paling tepat.

3.4 Pemilihan Informan Penelitian

Dalam konteks penelitian kualitatif, subjek penelitian sering disebut sebagai informan. Subjek penelitian adalah individu yang menyediakan informasi yang diperlukan peneliti terkait dengan tujuan penelitian yang sedang dilaksanakan. Informasi yang diberikan dapat melibatkan situasi dan kondisi latar belakang penelitian (Sari et al., 2022). Penggunaan informan dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk mengumpulkan sebanyak mungkin informasi secara menyeluruh dalam waktu yang singkat. Dengan melibatkan informan, peneliti juga dapat melakukan pertukaran gagasan atau membandingkan peristiwa yang ditemukan dengan pengalaman subjek lainnya.

Dalam pelaksanaan penelitian ini, dibutuhkan sejumlah partisipan yang mampu memberikan kontribusi dalam pengumpulan data yaitu 18 informan. Pemilihan partisipan tidak hanya dilakukan tanpa pertimbangan, melainkan harus mempertimbangkan kesesuaian tujuan penelitian dan kemampuan partisipan untuk memberikan informasi yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

Pemilihan partisipan yang tepat dan representatif akan memastikan bahwa data yang diperoleh dapat menggambarkan dan menjelaskan Analisis Perilaku Konsumen Pada Shopee Live Produk Skintific dengan lebih komprehensif. Kriteria yang akan menjadi informan sesuai topik penelitian adalah sebagai berikut:

1. Orang yang pernah menonton Shopee Live produk Skintific.
2. Berusia 18 - 40 tahun.
3. Berdomisili di Jabodetabek.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penggunaan metode pengumpulan data dilakukan untuk meraih informasi sesuai dengan prosedur penelitian guna memperoleh data yang diperlukan. Menurut Sugiyono dalam Rahman et al. (2022), teknik pengumpulan data merupakan tahap paling krusial dalam suatu penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah menghimpun data. Data dapat dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk wawancara, observasi, dan analisis dokumen (Creswell, 2018). Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang akan digunakan adalah wawancara yang akan didokumentasikan. Wawancara bertujuan untuk memperoleh informasi dari informan dalam bentuk pernyataan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya sesuai dengan kebutuhan penelitian. Wawancara dalam penelitian merupakan interaksi di mana peneliti berdialog dengan narasumber untuk menggali informasi melalui pertanyaan-pertanyaan dan teknik tertentu. Rahman et al. (2022) menjelaskan bahwa wawancara adalah percakapan dengan tujuan tertentu antara pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan narasumber yang memberikan jawaban.

Wawancara akan dilakukan menggunakan metode wawancara terstruktur, yaitu wawancara di mana pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan telah disiapkan sebelumnya (Rahman et al., 2022). Sebelum melakukan wawancara untuk mengumpulkan data, pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan dipersiapkan terlebih dahulu agar diperoleh jawaban yang sesuai dengan informasi yang ingin digali atau diketahui.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Menurut Sugiyono dalam Susanto et al. (2023), teknik pemeriksaan keabsahan data mengacu pada tingkat kepercayaan terhadap data penelitian yang telah diperoleh dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Dalam memastikan validitas data, diperlukan teknik pemeriksaan yang objektif. Ada empat teknik pemeriksaan yang dapat diterapkan menurut Yin (2018):

1. Validitas Konstruk

Dilakukan dengan cara mengidentifikasi ukuran operasional yang tepat untuk konsep yang sedang diteliti.

2. Validitas Internal

Berusaha membangun hubungan sebab-akibat, di mana suatu kondisi diyakini menyebabkan kondisi lainnya, berbeda dari hubungan yang keliru.

3. Validitas Eksternal

Menunjukkan apakah dan bagaimana temuan atau hasil dari studi kasus dapat digeneralisasikan.

4. Keandalan

Menunjukkan bahwa operasi penelitian, seperti prosedur pengumpulan data yang dapat diulang dengan hasil yang sama.

Dalam penelitian ini, akan digunakan validitas internal. Metode ini akan menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu kejadian dapat memengaruhi kejadian atau hal lainnya, sehingga digunakan untuk mencari hubungan kausal sebab-akibat.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Yin (2018), dalam melakukan teknik analisis data tunggal, metode studi kasus memiliki lima teknik analisis data utama, yaitu:

1. *Pattern Matching* adalah teknik analisis data yang sering digunakan dalam metode studi kasus. Teknik ini dilakukan dengan mencocokkan pola berdasarkan topik kasus yang ada dengan membandingkan prediksi atau asumsi awal dengan fakta sebenarnya di lapangan.
2. *Explanation Building* bertujuan untuk menciptakan dan membangun penjelasan terhadap peristiwa atau kasus. Teknik ini melibatkan analisis peristiwa yang disusun dalam bentuk narasi untuk menjelaskan mengapa dan bagaimana kasus tersebut terjadi.
3. *Time-Series Analysis* adalah teknik analisis data yang melibatkan analisis deret waktu dalam eksperimen dengan menyusun kronologi peristiwa secara berurutan, menampilkan pola sebab-akibat yang berulang.

4. *Logic Models* bertujuan untuk melakukan evaluasi penelitian. Teknik ini menggunakan pencocokan data berdasarkan pengamatan empiris terhadap peristiwa yang diprediksi secara konseptual.
5. *Cross-Case Synthesis* adalah teknik analisis data yang bertujuan untuk menganalisis berbagai masalah dengan melihat studi kasus individual atau studi individual.

Dalam penelitian ini, *Pattern Matching* akan digunakan. Penelitian ini akan dilakukan dengan mengumpulkan informasi dan data secara langsung dari informan melalui wawancara. Data dan informasi yang telah diperoleh akan diolah dan dibandingkan dengan pola empiris, yaitu teori dan konsep yang telah ditentukan, yaitu *impulsive buying*. Hal ini bertujuan untuk mengetahui kesesuaian data yang ditemukan dengan teori dan konsep tersebut.

Menurut Strauss dan Corbin (dalam Creswell, 2009, p. 184), proses *coding* terdiri dari tiga tahap utama, yaitu:

1. Open Coding, yang juga dikenal sebagai initial coding, merupakan langkah awal dalam menganalisis data yang dikumpulkan di lapangan. Pada tahap ini, data diberi label dengan kata-kata yang sesuai, seperti yang terdapat dalam transkrip. Open coding melibatkan proses pengujian, konseptualisasi, pemetaan rinci, perbandingan, serta kategorisasi data untuk menghasilkan pemahaman baru tentang fenomena yang diamati. Di tahap Open Coding, setiap tindakan atau peristiwa dianalisis untuk menemukan kesamaan dan perbedaan, dan kemudian diberi label konseptual. Hal ini membantu dalam pengelompokan peristiwa atau tindakan serupa ke dalam kategori dan sub-kategori yang lebih besar.
2. Axial Coding, pada tahap ini, kategori-kategori yang terbentuk dari Open Coding diorganisir ulang berdasarkan hubungan yang terdefinisi dengan baik di antara mereka. Proses ini melibatkan pengujian ulang kategori dan memastikan relevansi mereka terhadap data yang ada.
3. Selective Coding melibatkan integrasi dan validasi kategori-kategori yang telah dikembangkan selama Axial Coding. Tujuan dari tahap ini adalah

untuk mengintegrasikan kategori-kategori yang berbeda menjadi satu kesatuan teoritis yang konsisten, yang menggambarkan fenomena utama dan menjawab pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan.

Meskipun Selective Coding mirip dengan Axial Coding, keduanya memiliki perbedaan signifikan. Selective Coding lebih fokus pada pengkategorian teoritis yang diintegrasikan ke dalam teori yang sudah ada, sementara Axial Coding lebih berfokus pada pengorganisasian kategori berdasarkan hubungan yang ditemukan dari data tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan axial coding dan selective coding sehingga dapat membangun pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang mereka teliti, berdasarkan analisis yang sistematis dan terstruktur dari data yang telah dikumpulkan.

