

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Mengacu pada pandangan paradigma menurut Guba (1990) dan Denzin & Lincoln (1994) dalam buku “*Research Design*”, dapat disimpulkan bahwa paradigma merupakan seperangkat keyakinan dasar yang beralaskan asumsi ontologi, epistemologi, dan metodologi (Creswell & Creswell, 2018). Paradigma dalam penelitian kualitatif di antaranya yaitu Konstruktivisme, Post Positivisme, dan Teori Kritis.

Paradigma Post Positivisme merupakan salah satu paradigma yang alirannya ingin memperbaiki kelemahan dari paradigma Positivisme. Bahkan, paradigma Post Positivisme dan Positivisme masih memiliki kesamaan pendapat yang menyatakan bahwa realitas itu memang nyata, ada sesuai hukum alam. Paradigma Post Positivisme meyakini adanya kemungkinan bahwa penyebab menentukan akibat atau hasil.

Dalam penelitian ini, paradigma penelitian Post Positivisme digunakan oleh peneliti guna mengetahui dan mendapatkan pemahaman lebih dalam dari sudut pandang subjek penelitian terhadap objek penelitian, yaitu strategi pemanfaatan *Affiliate Marketing* dalam meningkatkan *Customer Engagement* Berrybenka di TikTok.

#### 3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif dalam mengumpulkan dan menafsirkan data penelitian. Mengacu pada pandangan Yin yang menyatakan bahwa dengan melakukan penelitian kualitatif artinya memahami bahwa hal ini adalah sebuah keahlian yang ditandai dengan tantangan melakukan penelitian orisinal. Selain itu, penelitian juga mengejar tiga tujuan penting di antaranya yaitu transparansi, metodologi, dan kepatuhan terhadap bukti (Yin, 2018).

Penelitian kualitatif dilakukan dengan tujuan untuk menafsirkan fenomena yang dialami subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, tindakan, dan sebagainya secara keseluruhan. Sama halnya dengan penelitian ini yang bertujuan untuk memahami sudut pandang dari subjek penelitian yang akan digali lebih dalam terkait topik yang akan diteliti, yaitu strategi pemanfaatan *Affiliate Marketing* dalam meningkatkan *Customer Engagement* Berrybenka di TikTok.

### **3.3 Metode Penelitian**

Salah satu metode penelitian yang, dalam suatu waktu dan kegiatan, menggali suatu fenomena tertentu, serta mengumpulkan informasi secara mendalam dan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data, adalah studi kasus. Studi kasus digunakan dengan tujuan memperoleh deskripsi yang utuh dan terinci dari sebuah entitas. Selain itu, studi kasus menghasilkan data yang akan dianalisis kembali untuk menghasilkan teori.

Menurut Yin, studi kasus adalah metode empiris yang menyelidiki kasus secara mendalam dan dalam konteks dunia nyata, terutama ketika batasan antara fenomena dan konteks tidak terlihat jelas (Yin, 2018). Dalam pengumpulan data, berbagai sumber informasi akan dimanfaatkan metode penelitian studi kasus, sehingga dapat menghasilkan gambaran secara terinci dan mendalam tentang respons dari suatu fenomena. Prosedur pengumpulan data studi kasus dapat diperoleh melalui proses wawancara, observasi, dan arsip/dokumentasi.

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode penelitian yaitu studi kasus dengan tujuan untuk mengembangkan analisis yang mendalam dari suatu kasus, yaitu strategi pemanfaatan *Affiliate Marketing* dalam meningkatkan *Customer Engagement* Berrybenka di TikTok.

### **3.4 Key Informan dan Informan**

Dalam melaksanakan penelitian, subjek penelitian atau informan diperlukan sebagai sumber informasi. Menurut Yin, informan merupakan orang-orang yang akan berpartisipasi untuk digali dan dikumpulkan informasinya sebagai data dalam penelitian (Yin, 2018). Dalam penelitian kualitatif, informan memiliki posisi yang

sangat penting karena mereka adalah sumber informasi yang bersedia untuk digali lebih dalam terkait suatu topik penelitian. Informan menjadi salah satu pihak terlibat dalam menentukan keberhasilan atau tidaknya suatu penelitian yang didasarkan dari informasi yang diberikan.

Peneliti memilih informan menggunakan metode *purposive sampling* pada penelitian ini, sehingga diperlukan pertimbangan dan kriteria khusus sebelum menentukannya. Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat langsung dalam strategi pemanfaatan *Affiliate Marketing* dalam meningkatkan Customer Engagement Berrybenka di TikTok.

Peneliti melibatkan beberapa informan yang akan dijadikan sebagai sumber informasi terkait topik penelitian, antara lain:

1. Nathania Eirene, yang menjabat sebagai Manager di perusahaan Berrybenka selama 3 tahun.
2. Alifah, seorang Content Creator di perusahaan Berrybenka yang sebelumnya merupakan pelanggan Berrybenka.
3. Aiko Monica, seorang Content Creator pemilik akun @LittleTinyStep di TikTok yang sebelumnya merupakan pelanggan Berrybenka dan kemudian menjadi salah satu afiliasi Berrybenka.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Yin, data merupakan sekumpulan nilai variabel kualitatif atau kuantitatif. Dalam melaksanakan sebuah penelitian, data berfungsi sebagai landasan yang akan memperkuat informasi dalam penelitian (Yin, 2018). Terdapat enam metode pengumpulan data yang relevan dalam melakukan penelitian studi kasus, antara lain, yaitu dokumentasi, catatan arsip, wawancara, observasi langsung, observasi partisipan, dan artefak fisik.

Wawancara merupakan sumber bukti studi kasus yang penting karena sebagian besar studi kasus berkaitan dengan urusan atau tindakan manusia. Orang yang diwawancarai dengan informasi yang baik dapat memberikan wawasan

penting mengenai urusan atau tindakan tersebut. Wawancara khususnya dapat membantu dengan memberikan penjelasan terkait bagaimana dan mengapa dari peristiwa-peristiwa penting, serta wawasan yang mencerminkan perspektif relativis partisipan.

Peneliti menggunakan jenis wawancara *in-depth interview* yang menyerupai percakapan terpandu, bukan pertanyaan terstruktur. Peneliti melakukan penyelidikan yang konsisten dan alur pertanyaan dalam wawancara cenderung cair dan tidak kaku. Terdapat beberapa jenis wawancara, di antaranya:

a. Wawancara Terstruktur

Salah satu jenis wawancara yang digunakan ketika peneliti sudah mengetahui informasi apa yang akan didapatkannya melalui proses wawancara adalah wawancara terstruktur. Dalam wawancara terstruktur, pertanyaan yang akan ditanyakan dan alternatif jawaban untuk pertanyaan tersebut sudah disiapkan oleh pewawancara.

b. Wawancara Semi-terstruktur

Salah satu jenis wawancara yang digunakan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka merupakan wawancara semi-terstruktur. Dalam proses wawancara, terwawancara akan diberikan pertanyaan yang mengarahkannya untuk menjawab berdasarkan pendapatnya sendiri, sehingga diwajibkan bagi pewawancara untuk menyimak dan mencatat secara teliti yang disampaikan oleh terwawancara.

c. Wawancara Tidak Terstruktur

Salah satu jenis wawancara yang kerap dimanfaatkan dalam penelitian pendahuluan atau penelitian yang lebih mendalam terkait subjek yang diteliti merupakan wawancara tidak terstruktur. Peneliti berupaya dalam memperoleh informasi awal yang berhubungan dengan berbagai isu atau permasalahan yang terdapat pada objek, sehingga permasalahan atau variabel yang harus diteliti dapat ditentukan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur. Hal ini dikarenakan peneliti memerlukan data berdasarkan pengalaman pribadi yang dialami informan terkait pemanfaatan *Affiliate Marketing* dalam meningkatkan *Customer Engagement* Berrybenka di TikTok.

### **3.6 Keabsahan Data**

Menurut Yin, desain penelitian harus mewakili serangkaian pernyataan yang logis, sehingga data yang disajikan dapat dipercayai. Oleh karena itu, diperlukan empat tes untuk menetapkan kualitas suatu desain penelitian, antara lain: (Yin, 2018)

#### **a. Validitas Konstruksi**

Konstruksi validitas merupakan salah satu tes yang dilakukan untuk mengidentifikasi langkah-langkah operasional yang benar untuk konsep yang sedang dipelajari. Terdapat tiga taktik untuk meningkatkan validitas konstruksi, di antaranya menggunakan berbagai sumber bukti yang relevan selama pengumpulan data, membangun rantai bukti, dan peninjauan draf laporan studi kasus oleh *key informant*.

#### **b. Validitas Internal**

Validitas Internal merupakan salah satu tes yang dilakukan untuk membangun hubungan sebab akibat, di mana kondisi tertentu diyakini mengarah pada kondisi lain, sebagaimana dibedakan dari hubungan palsu.

#### **c. Validitas Eksternal**

Validitas Eksternal merupakan salah satu tes yang dilakukan untuk menunjukkan apakah dan bagaimana temuan studi kasus dapat digeneralisasikan.

#### **d. Reliabilitas**

Reliabilitas merupakan salah satu tes yang dilakukan untuk menunjukkan bahwa operasi suatu penelitian seperti prosedur pengumpulan datanya jika diulangi akan tetap memberikan hasil yang sama.

Peneliti menggunakan teknik keabsahan data berupa validitas konstruk dengan mengumpulkan berbagai sumber bukti melalui wawancara bersama ketiga partisipan yang terlibat langsung dalam strategi pemanfaatan *Affiliate Marketing* dalam meningkatkan *Customer Engagement* Berrybenka di TikTok dan mengumpulkan studi dokumentasi.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Dalam penelitian, bagian penting yang perlu dilakukan yaitu analisis, terdapat. Temuan, baik temuan substantif maupun formal, akan diperoleh melalui analisis. Dalam proses analisis data kualitatif, kata-kata dan bukan rangkaian angka dihasilkan oleh data. Data dikumpulkan dalam berbagai cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman), yang biasanya diproses sebelum digunakan, tetapi kata-kata tetap digunakan dalam analisis kualitatif yang biasanya disusun dalam teks yang diperluas.

Beberapa teknik analisis data digunakan untuk mengatasi permasalahan dalam mengembangkan validitas internal dan eksternal ketika penelitian studi kasus dilakukan, di antaranya, yaitu: (Yin, 2018)

#### **a. Penjodohan Pola**

Salah satu teknik yang digunakan untuk menganalisis data adalah penjodohan pola. Menurut Trochim (1989) dalam buku "*Research Design*", pola yang berdasarkan empiris dibandingkan dengan pola yang diprediksi/dibuat sebelum pengumpulan data dilakukan, merupakan logika pencocokan pola.

#### **b. Pembangunan Penjelasan**

Salah satu teknik analisis data yang bertujuan untuk menganalisis data studi kasus dengan membangun penjelasan tentang kasus tersebut adalah pembangunan penjelasan. Namun, bukan untuk menyimpulkan suatu penelitian, melainkan gagasan untuk penelitian lebih lanjut dikembangkan.

#### **c. Analisis Deret Waktu**

Salah satu teknik analisis data yang melakukan analisis rangkaian waktu adalah analisis deret waktu. Ketepatan pola teknik ini diukur dari

kerumitannya. Kesimpulan studi kasus yang dibuat akan semakin tepat dan kuat jika pola semakin sulit. Teknik ini dilakukan dengan menganalisis sesuai dengan urutan waktu, analog dengan analisis deret waktu dalam eksperimen.

#### d. Model Logika

Salah satu teknik analisis data yang digunakan untuk evaluasi studi kasus adalah model logika. Model logika menetapkan dan mengoperasionalkan rangkaian kejadian atau peristiwa yang kompleks dalam jangka waktu yang lama untuk menunjukkan bagaimana suatu aktivitas kompleks. Peristiwa tersebut dipentaskan dalam pola sebab-akibat-sebab-akibat yang berulang.

#### e. Sintesis Lintas Kasus

Salah satu teknik analisis data yang digunakan hanya untuk menganalisis kasus ganda adalah sintesis lintas kasus, sehingga akan relevan jika digunakan pada studi kasus yang paling tidak terdiri dari dua kasus.

Penelitian dengan judul “Strategi Pemanfaatan *Affiliate Marketing* Dalam Meningkatkan *Customer Engagement* Berrybenka di TikTok” menggunakan teknik analisis data penjodohan pola atau *pattern matching* dengan cara membandingkan data prediksi awal dengan hasil data yang ditemukan di lapangan. Teknik analisis data penjodohan pola digunakan oleh peneliti untuk membandingkan hasil penelitian strategi pemanfaatan *Affiliate Marketing* dalam meningkatkan *Customer Engagement* Berrybenka di TikTok dengan konsep yang telah ada yaitu konsep *Steps To Start Affiliate Marketing* dan *Stages of The Engagement Process*.