



### **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 Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Deskriptif adalah sebagai suatu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu fenomena atau peristiwa secara sistematis sesuai dengan apa adanya. Penelitian deskriptif dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai keadaan saat ini. Peneliti mencoba menentukan sifat situasi sebagaimana adanya pada waktu penelitian dilakukan. (Dantes, 2012:51)

Menurut Kriyantono, penelitian deksriptif bermaksud untuk membuat deksripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. (Kriyantono, 2009: 67) Sedangkan menurut Rakhmat, penelitian deksriptif ini bertujuan hanya untuk memaparkan situasi atau peristiwa. (Rakhmat, 2009:24)

Dalam penelitian deskriptif, tidak ada kontrol perlakuan seperti dalam studi eksperimen karena tujuannya adalah menggambarkan “apa adanya” yang berkaitan dengan *variable* atau kondisi dalam suatu situasi. Penelitian deskriptif menghasilkan penelitian yang tarafnya memberikan penjelasan mengenai gambaran tentang ciri-ciri suatu gejala

yang diteliti. Tujuannya adalah untuk mengungkapkan suatu masalah dan keadaan sebagaimana adanya.

Penelitian deskriptif hanya merupakan penyingkapan fakta. Dalam penelitian ini, peneliti hanya melukiskan, memaparkan, dan melaporkan suatu keadaan, suatu objek, atau suatu peristiwa tanpa menarik kesimpulan umum. (Maryati, 2006:104)

### **3.2 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Kualitatif menurut Maryati (2006:105) adalah penelitian yang menekankan pada kualitas data atau kedalaman data yang dapat diperoleh. Teknik yang digunakan adalah wawancara. Data yang digunakan untuk jenis penelitian ini tidak dianalisis dengan statistik.

Dalam kualitatif peneliti dapat menafsirkan kasusnya secara subjektif atau menurut pandangan si peneliti sendiri. Sehingga disini, peneliti ingin menjelaskan fenomena yang sedang diteliti dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data yang lengkap.

Dalam melakukan penelitian kualitatif, yang diutamakan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data. Peneliti juga harus menjaga jarak terhadap masalah yang sedang ditelitinya. Peneliti menjadi *instrument* kunci dalam penelitian dan peneliti sepenuhnya terlibat dalam kegiatan pengumpulan data.

Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian dilakukan berdasarkan data yang ada. Karena data tersebut berdasarkan fakta, peristiwa dan realita, bukan dari rekayasa peneliti. Peneliti pun masuk dalam konteks tempat penelitian tanpa prasangka, praduga, ataupun konsep. Sehingga peneliti ketika masuk dalam penelitian dengan pikiran yang murni, tidak ada bayang-bayang ide yang dibawanya. (Semiawan, 2010:62)

Peneliti selalu melakukan kegiatan pengumpulan data atau informasi dari lapangan, kemudian memperoleh data kualitatif yang banyak. Data yang didapat biasanya masih berupa data kasar di antaranya seperti: catatan lapangan yang sumbernya bermacam-macam, termasuk sebagai tulisan tangan, *tape recorder*, ringkasan dokumen dan sebagainya.

### 3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Dalam buku Metode-Metode Riset Kualitatif, studi kasus adalah pengujian *intensif*, menggunakan berbagai sumber bukti terhadap satu entitas tunggal yang dibatasi oleh ruang dan waktu. Tujuan dari studi kasus adalah meningkatkan pengetahuan mengenai peristiwa-peristiwa komunikasi kontemporer yang nyata dalam konteksnya. (Daymon, 2008:162)

Pada hakikatnya, peneliti sedang mencoba menghidupkan nuansa komunikasi dengan menguraikan segumpal “kenyataan”. Peneliti melakukannya dengan cara: (1) melakukan analisis mendetail mengenai kasus dan situasi tertentu; (2) berusaha memahaminya dari sudut pandang orang-orang yang bekerja di sana; (3) mencatat bermacam-macam pengaruh dan aspek-aspek hubungan komunikasi dan pengalaman; (4) membangkitkan perhatian pada cara faktor-faktor tersebut berhubungan satu sama lain. (Daymon, 2008:162)

### **3.4 Paradigma Penelitian**

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah Paradigma *Post Positivisme* yang merupakan aliran yang ingin memperbaiki kelemahan - kelemahan *positivisme* yang hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. (Anwar, 2008:54)

Secara *epistemologis*, dalam *post-positivisme* hubungan antara peneliti dengan objek yang diteliti tidaklah bisa dipisahkan. Hubungan antara pengamat dan objek haruslah bersifat interaktif, dengan catatan bahwa pengamat harus bersifat senetral mungkin, sehingga tingkat subjektivitas dapat dikurangi seminimal mungkin. (Anwar, 2008:56)

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Lazimnya, data dikumpulkan berdasarkan peristiwa yang diamati. Apabila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber *primer* dan *sekunder*. Sumber *primer* adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan sumber *sekunder* merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen. (Sugiyono, 1999:129)

Berdasarkan penjelasan diatas, dalam penelitian ini teknik pengumpulan data berupa: (1) sumber *primer* dilakukan dengan melakukan wawancara dengan narasumber yang peneliti anggap mampu memberikan informasi secara mendalam dan detail, sehingga mampu melengkapi informasi yang peneliti butuhkan; (2) sumber *sekunder* dalam penelitian ini adalah studi pustaka, mengambil informasi melalui dokumen, internet, artikel, arsip, atau dokumen lain yang mampu melengkapi informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

Pertanyaan wawancara disusun secara terstruktur untuk memfokuskan pertanyaan wawancara. Keuntungan dalam teknik wawancara ini adalah informasi dan data yang diperlukan dapat diperoleh dalam waktu yang singkat.

### 3.6 Key Informan dan Informan

*Key Informan* dan *Informan* dalam penelitian ini adalah:

1. Cornelia Agnes selaku *Deputy Event Manager* Tangcity Mall

Peneliti memilih Cornelia sebagai sumber (*key informan*) dalam penelitian ini, karena merupakan orang yang paling memahami program *Smart Shopper Card*. Selain itu dalam posisi ini beliau senantiasa terlibat langsung dalam setiap perencanaan dan pengambilan keputusan mengenai event-event yang dilakukan. Oleh karena itu, Cornelia Agnes merupakan *key informan* yang tepat dalam pengumpulan informasi untuk penelitian ini.

2. Ahmad Nawawi selaku *Supervisor Promosi & Event* Tangcity Mall

Peneliti memilih Ahmad Nawawi sebagai sumber, karena beliau merupakan salah satu orang yang menjalankan program ini di lapangan dari pihak promosi. Beliau juga orang yang bertanggung jawab atas keberlangsungannya program-program dan *event* yang berjalan di Tangcity Mall. Dengan berbagai pengalaman dan juga tugas yang dijalankannya, maka dari itu Ahmad Nawawi merupakan *informan* yang tepat dalam pengumpulan informasi untuk penelitian ini.

3. Didik Ramadhan selaku *Leader Tenant Relations* Tangcity Mall

Peneliti memilih Didik Ramadhan sebagai sumber, karena selain memahami program *Smart Shopper Card* ini, ia juga ikut terjun langsung dalam pelaksanaannya. Dan program *Smart Shopper Card* ini berhubungan langsung dengan para konsumen dan juga *tenant-tenant*. Dengan posisi beliau sebagai *Leader Tenant Relations* memungkinkan peneliti dalam pengumpulan informasi mengenai *Smart Shopper Card* ini. Oleh karena itu, Didik Ramadhan merupakan *informan* yang tepat untuk penelitian ini.

4. Veryna Ciptadi selaku *Leader Redemption* Tangcity Mall

Peneliti memilih Veryna Ciptadi sebagai sumber, karena ia merupakan *front office* yang menjalankan langsung program ini. Ia merupakan orang *front office* yang mengikuti dan melaksanakan program *Smart Shopper Card* dari awal di Tangcity Mall. Oleh karena itu, Veryna Ciptadi merupakan *informan* yang digunakan peneliti dalam penelitian ini.

5. Titis Elok Paramita Hapsari selaku *Media Communications* Tangcity Mall

Peneliti memilih Titis Elok Paramita Hapsari sebagai sumber, karena ia merupakan pihak yang diberikan tanggung jawab terhadap berjalannya program *loyalty* di Tangcity Mall. Ia merupakan orang yang mengatur dan mengawasi program *Smart Shopper Card* ini.

Oleh karena itu, Titis Elok Paramita Hapsari merupakan *informan* yang digunakan peneliti dalam penelitian ini.

6. Kuswanto selaku *Promosi & Event* Tangcity Mall

Peneliti memilih Kuswanto sebagai sumber, karena beliau merupakan salah satu orang yang menjalankan program ini di lapangan bersama dengan Ahmad Nawawi. Kuswanto juga bertanggung jawab atas keberlangsungannya program-program dan *event* yang berjalan di Tangcity Mall. Dengan berbagai pengalaman dan juga tugas yang dijalankannya, maka dari itu Kuswanto merupakan *informan* yang dibutuhkan dalam pengumpulan informasi untuk penelitian ini.

7. Annie Sutedjo selaku *National Promotion Supervisor* Gold's Gym Indonesia.

Peneliti memilih Annie Sutedjo sebagai narasumber dalam penelitian ini karena pengalamannya yang ia miliki di bidang *Marketing Communications (Marcomm)* Gold's Gym Indonesia. Dengan berbagai pengalaman dan pemahaman beliau di bidang *Marcomm* inilah Annie Sutedjo merupakan narasumber yang peneliti butuhkan untuk proses *triangulasi*.

### 3.7 Keabsahan Data

Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk mencari kebenaran dari suatu kasus. Tetapi pada kenyataannya banyak yang meragukan kebenaran dalam kualitatif ini, sehingga dibutuhkan keabsahan data agar hasil yang didapat dari penelitian dapat dianggap kredibel dan akurat.

Untuk itu, teknik pemeriksaan keabsahan data dalam paradigma kualitatif merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep *validitas* dan *reliabilitas*. Moleong menjelaskan kriteria dasar keabsahan data kualitatif, yaitu: derajat keterpercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*). (Moleong, 2010:324)

Derajat kepercayaan menunjukkan apakah proses dan hasil penelitian ini dapat diterapkan pada situasi yang lain. Derajat kebergantungan menunjukkan apakah hasil penelitian mengacu pada konsistensi peneliti dalam mengumpulkan data, membentuk, dan menggunakan konsep-konsep ketika membuat interpretasi untuk menarik kesimpulan. Sementara derajat kepastian menunjukkan apakah hasil penelitian dapat dibuktikan kebenarannya, sesuai dengan data yang dikumpulkan dan dicantumkan dalam laporan lapangan.

Teknik *triangulasi* adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar dari data itu untuk pengecekan

atau pembandingan terhadap data tersebut. Menurut Denzin dan Moleong terdapat empat macam *triangulasi*, yaitu sumber, metode, penyidik, dan teori (Moelong, 2010:330).

Metode *triangulasi* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *triangulasi sumber*. *Triangulasi sumber* akan mencoba membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Dilakukan dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi, membandingkan pendapat dengan perkataan dan perilakunya sehari-hari, membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat lain dari berbagai sudut pandang, dan membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Miles dan Huberman menjelaskan metode analisis data yang meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan juga penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing / verification*). (Denzin, 2009:592)

Ketiga aktivitas tersebut dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, hingga datanya jenuh.

Ukuran kejenuhan data ditandai dengan tidak diperolehnya lagi data atau informasi baru.

Reduksi data adalah proses analisis untuk memilih, memusatkan perhatian, menyederhanakan, mengabstraksikan, dan mentransformasikan data yang muncul dari catatan - catatan lapangan. Mereduksi data berarti membuat rangkuman, memilih hal-hal pokok, fokus pada hal-hal penting, mencari tema dan pola, dan membuang yang dianggap tidak perlu. Reduksi data ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, sehingga perlu dipilah sesuai dengan kebutuhan pemecahan masalah penelitian.

Langkah selanjutnya adalah penyajian data. Disini peneliti berusaha menyusun data yang *relevan* sehingga menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu. Prosesnya dilakukan dengan cara membuat dan menampilkan hubungan antar fenomena untuk memaknai apa yang sebenarnya terjadi dan apa yang perlu ditindaklanjuti untuk mencapai tujuan penelitian.

Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian naratif, bagan, hubungan, diagram alur (*flow chart*) dan lainnya. Penyajian data ini akan memudahkan peneliti memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja penelitian selanjutnya.

Selanjutnya peneliti menarik kesimpulan berdasarkan temuan dan melakukan verifikasi data. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti kuat

yang mendukung tahap pengumpulan data berikutnya. Proses untuk mendapatkan bukti-bukti inilah yang disebut sebagai verifikasi data.

### 3.9 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini akan didasarkan berdasarkan konsep dari *Customer Relationship Management* itu sendiri yang telah peneliti bahas di bab dua. Fokus penelitian dilakukan untuk menganalisa apakah strategi *Customer Relationship Management* Tangcity Mall sesuai dengan teori konsep dari *Customer Relationship Management* menurut Pepper and Rogers (Buttle, 2009:19) yang digunakan oleh peneliti.

1. *Identifying* :

Bagaimana Tangcity Mall dapat mengenali dan mengetahui pelanggannya. Sehingga Tangcity Mall dapat mengetahui dan memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan dari pelanggannya.

2. *Differentiating* :

Apakah Tangcity Mall dapat membedakan pelanggan berdasarkan permintaan yang berbeda-beda sehingga permintaan pelanggan dapat terpenuhi dan bagaimana cara membedakan pelanggan yang bernilai dengan yang tidak.

3. *Interacting* :

Bagaimana Tangcity Mall mempelajari dan berinteraksi dengan pelanggan, dimana setiap perusahaan ingin menciptakan

hubungan jangka panjang dengan pelanggan, sehingga perlunya mempelajari pelanggan melalui interaksi yang dilakukan. Melalui pembelajaran tersebut, perusahaan dapat memenuhi permintaan pelanggan.

4. *Costumizing* :

Pada tahap terakhir ini, setelah melakukan interaksi dengan pelanggannya, apakah Tangcity Mall dapat menyesuaikan permintaan pelanggan tersebut sehingga permintaan pelanggan dapat dipenuhi. Saat permintaan pelanggan terpenuhi oleh perusahaan, maka akan terciptanya loyalitas yang dapat memberikan dampak baik bagi perusahaan.

UMMN