

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Mcdonalds Pondok Indah (store) yang beralamat di Jalan Metro Pondok Indah Plaza 1 kav. 33-34 Pondok Pinang, Jakarta Selatan dan waktu penelitian ini dilakukan pada periode bulan Januari sampai dengan Juli 2022.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif, yang dimana pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati dan perilaku yang diamati. Metode penelitian kualitatif juga merupakan metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi. Metode penelitian ini lebih suka menggunakan teknik analisis mendalam (in-depth analysis), yaitu mengkaji masalah secara kasus perkasus karena metodologi kualitatif yakin bahwa sifat suatu masalah satu akan berbeda dengan sifat dari masalah lainnya.

Menurut teori penelitian kualitatif, agar penelitiannya dapat betul-betul berkualitas, maka data yang dikumpulkan harus lengkap, yaitu berupa data primer

dan data sekunder. Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat, dll), foto-foto, film, rekaman video, benda-benda, dan lain-lain yang dapat memperkaya data primer.

C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif yang dimana bertujuan untuk menghasilkan gambaran yang akurat tentang sebuah fenomena, mekanisme dan proses dari kegiatan promotion mix *McDonalds Pondok Indah* dengan melakukan wawancara kepada salah satu assistant manager yang menguasai promosi-promosi bahkan strategi yang dilakukan *McDonalds Pondok Indah* dalam membangun *Brand Loyalty*

Tabel 3.1

D. Operasionalisasi Konsep

Berdasarkan rumusan masalah yang diambil oleh peneliti sebagaimana yang tercantum di bab 1, maka operasionalisasi konsep yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai berikut:

Konsep	Dimensi	Aspek yang digali
Promotion Mix	<p>a. iklan</p> <p>b. Promosi Penjualan</p> <p>c. Acara dan Pengalaman</p> <p>d. Hubungan masyarakat dan publisitas</p> <p>e. Pemasaran langsung</p>	<p>a. Semua bentuk terbayar dari semua presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas.</p> <p>b. Semua bentuk terbayar dari semua presentasi nonpersonal dan promosi ide, barang atau jasa melalui sponsor yang jelas.</p> <p>c. Kegiatan dan program yang di sponsori perusahaan yang dirancang untuk menciptakan interaksi harian atau interaksi yang berhubungan dengan merek tertentu.</p> <p>d. beragam program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk individunya</p> <p>e. Penggunaan surat, telepon, faksimile, e-mail atau internet untuk berkomunikasi secara langsung dengan atau meminta respons atau dialog</p>

	<p>f. Pemasaran interaktif</p> <p>g. Pemasaran dari mulut ke mulut</p> <p>h. Penjualan personal</p>	<p>dari pelanggan dan prospek tertentu.</p> <p>f. Kegiatan dan program online yang dirancang untuk melibatkan pelanggan atau prospek dan secara langsung atau tidak langsung meningkatkan kesadaran, memperbaiki citra, atau menciptakan penjualan produk dan jasa.</p> <p>g. Komunikasi lisan, tertulis dan elektronik antar masyarakat yang berhubungan dengan keunggulan atau pengalaman membeli atau menggunakan produk atau jasa.</p> <p>h. Interaksi dengan tatap muka atau lebih pembeli prospektif untuk tujuan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan pengadaan pesanan.</p>
--	---	---

E. Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan pada penelitian ini dilakukan dengan teknik purposive sampling, di mana pemilihan dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dan ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian.

Adapun kriteria dan informan yang ditunjuk atau dipilih dalam penelitian ini adalah informan yang mengetahui strategi dan market share di store Mcdonalds Pondok Indah. Kriteria-kriteria informan dalam penelitian ini antara lain :

1. Mengetahui komunikasi pemasaran apa saja yang telah dilakukan dalam meningkatkan *brand loyalty*
2. Mengetahui program-program atau event apa saja yang dilakukan untuk meningkatkan *brand loyalty*

Tabel 3.2

No.	Nama	Jabatan	Umur	Lama Bekerja
1.	Baruddin	Restaurant General Manager	41	19 tahun
2.	Siti Khodijah	Store Activity & Representative	26	8 tahun

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara mendalam

Wawancara merupakan bagian dari metode kualitatif. Dalam metode kualitatif ini ada dikenal dengan teknik wawancara-mendalam (In-depth Interview). Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (in-depthinterview). Wawancara mendalam merupakan proses menggali informasi secara mendalam, terbuka, dan bebas dengan masalah dan fokus penelitian dan diarahkan pada pusat penelitian. Dalam hal ini metode wawancara mendalam yang dilakukan dengan adanya daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya (Moleong, 2007:186). Minichiello (dalam Parthami, 2009:30) mendefinisikan wawancara mendalam sebagai percakapan

antara peneliti dan informan yang memfokuskan pada persepsi diri informan, pengalaman hidup, yang diekspresikan melalui bahasa informan sendiri. Wawancara mendalam sering digunakan untuk menggali pengalaman individu realitas sosial yang dikonstruksi dalam diri serta interpretasi seseorang terhadap hal itu. Dalam wawancara mendalam melakukan penggalian secara mendalam terhadap satu topik yang telah ditentukan (berdasarkan tujuan dan maksud diadakan wawancara tersebut) dengan menggunakan pertanyaan terbuka. Penggalian yang dilakukan untuk mengetahui pendapat mereka berdasarkan perspektif responden dalam memandang sebuah permasalahan. Teknik wawancara ini dilakukan oleh seorang pewawancara dengan mewawancarai satu orang secara tatap muka (face to face). Alasan menggunakan metode ini adalah peneliti ingin memperoleh informasi dan pemahaman dari aktivitas, kejadian, serta pengalaman hidup seseorang yang tidak dapat diobservasi secara langsung. Dengan metode ini peneliti dapat mengeksplorasi informasi dari subjek secara mendalam.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan. Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono yaitu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh. Menurut Miles & Huberman (1992: 16) analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data,

penarikan kesimpulan/verifikasi. Mengenai ketiga alur tersebut secara lebih lengkapnya adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus-menerus selama proyek yang berorientasi penelitian kualitatif berlangsung. Antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak waktu penelitiannya memutuskan (seringkali tanpa disadari sepenuhnya) kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data mana yang dipilihnya. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugusgugus, membuat partisi, membuat memo). Reduksi data/transformasi ini berlanjut terus sesudah penelian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun. Reduksi data merupakan bagian dari analisis. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Dengan reduksi data peneliti tidak perlu mengartikannya sebagai kuantifikasi. Data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasikan dalam aneka macam cara, yakni: melalui seleksi yang ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkannya dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya. Kadangkala dapat juga mengubah data ke dalam angka-angka atau peringkatperingkat, tetapi tindakan ini tidak selalu bijaksana.

2. Penyajian Data Miles & Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Mereka meyakini bahwa penyajian-penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, yang meliputi: berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan. Semuanya dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah diraih. Dengan demikian seorang penganalisis dapat melihat apa yang sedang terjadi, dan menentukan apakah menarik kesimpulan yang benar ataukah terus melangkah melakukan analisis yang menurut saran yang dikisahkan oleh penyajian sebagai sesuatu yang mungkin berguna.

3. Menarik Kesimpulan Penarikan kesimpulan menurut Miles & Huberman hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi itu mungkin sesingkat pemikiran kembali yang melintas dalam pikiran penganalisis (peneliti) selama ia menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan, atau mungkin menjadi begitu seksama dan menghabiskan tenaga dengan peninjauan kembali serta tukar pikiran di antara teman sejawat untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif atau juga upaya-upaya yang luas untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam seperangkat data yang lain. Singkatnya, makna-makna yang muncul dari data yang lain harus diuji kebenarannya, kekokohnya, dan kecocokannya, yakni yang merupakan validitasnya. Kesimpulan akhir tidak hanya terjadi pada waktu proses pengumpulan data saja, akan tetapi perlu diverifikasi agar benar-benar dapat dipertanggungjawabkan.

H. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data yang digunakan oleh peneliti yaitu keabsahan dengan menggunakan triangulasi sumber yang dimana menurut Dwijowinoto (2002:9) triangulasi sumber ini merupakan kegiatan membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Misalnya, membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara; membandingkan apa yang dikatakan umum dengan yang dikatakan pribadi.

Uji Keabsahan data pada penelitian ini dilakukan dengan triangulasi sumber seperti yang sudah dijelaskan diatas oleh penulis kepada konsumen setia Mcdonalds Pondok Indah, berikut data informan untuk triangulasi

No.	Nama	Usia	Seberapa sering berkunjung
1.	Prabowo	35	Lebih dari 6 kali dalam sebulan
2.	Putri Astuti	27	4 sampai 5 kali dalam sebulan