

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada 11 – 13 September 2022 bertempat di Hotel Santika BSD City Serpong, Teraskota Entertainment Center, CBD Lot VII B, Jl. Pahlawan Seribu, Lengkong Gudang, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15311.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dilaksanakan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan.

Pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada penelitian ini peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terperinci dari pandangan response dan melakukan studi pada situasi yang alami.

Penelitian kualitatif berarti proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu dan kelompok, menggambarkan masalah sosial atau masalah kemanusiaan. (Sugiyono 2020:4)

Penelitian kualitatif dilakukan pada kondisi ilmiah dan bersifat penemuan. Dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrument kunci dimana peran peneliti adalah sebagai instrument kunci dalam pengumpulan data dan menafsirkan data. Alat pengumpulan data biasanya menggunakan pengamatan langsung, wawancara, studi dokumen. Sedangkan kesahihan dan keterandalan data menggunakan triangulasi dengan menggunakan metode induktif, hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi.

Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan kebenaran data dan meneliti sejarah perkembangan. Mengingat bahwa penelitian ini bertujuan untuk memahami dan memaknai berbagai fenomena yang ada atau yang terjadi dalam kenyataan sebagai ciri khas penelitian kualitatif, dalam hal ini untuk mendeskripsikan bagaimana pelaksanaan yang dilakukan dalam penerapan *customer relations* guna membangun *customer engagement* melalui program *online booking* MySantika pada Hotel Santika BSD City

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif. Metode deskriptif bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara factual dan cermat. Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa. (Rakhmat and Ibrahim 2017:64–68)

Sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dituju, maka metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif merupakan metode pengumpulan data yang berupa kata-kata, gambaran dan bukan angka-angka. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.

Tujuan dari metode penelitian kualitatif sesuai dengan perumusan masalah serta pertanyaan penelitian/identifikasi masalah. Hal ini berdasarkan tujuan dari penelitian ini akan menjawab pertanyaan yang sebelumnya dikemukakan oleh rumusan masalah serta pertanyaan penelitian/identifikasi masalah. Metode ini juga digunakan dalam teknik menganalisa data dan mengolah data yang didapatkan oleh peneliti.

Pada penelitian ini untuk mendeskripsikan bagaimana pelaksanaan yang dilakukan dalam penerapan *customer relations* guna membangun *customer engagement* melalui program *online booking* MySantika pada Hotel Santika BSD City.

D. Operasionalisasi Konsep

Dengan melalui operasionalisasi konsep ini, diharapkan dapat dijelaskan secara terperinci bagaimana peneliti mampu menggambarkan fenomena terjadi yang hendak diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui lebih dalam tentang bagaimana pelaksanaan yang dilakukan dalam penerapan *customer relations* guna membangun *customer engagement* melalui program *online booking* MySantika pada Hotel Santika BSD City.

Penelitian ini menjelaskan konsep penelitian dengan menggunakan beberapa konsep yang akan dijadikan sebagai tolak ukur dalam penelitian di lapangan, aspek yang digali penelitian ini adalah

Table 1 Operasional Konsep

No	Konsep	Dimensi-dimensi Konsep	Definisi Konsep	Aspek yang digali
1.	<i>Customer Relations</i> (Fraser P. Seitel, Buku <i>The Practice of Public Relations</i> 2017:324)	1. Mempertahankan pelanggan lama	Sebagian besar penjualan dilakukan kepada pelanggan yang sudah mapan. Upaya hubungan konsumen harus dilakukan untuk membuat pelanggan ini senang.	Untuk mengetahui hal yang dilakukan oleh Hotel Santika BSD City dalam mempertahankan pelanggan lama melalui <i>customer relations</i> .
		2. Menarik pelanggan baru	Setiap bisnis harus bekerja terus-menerus untuk berkembang pelanggan baru. Di banyak industri, harga dan kualitas produk pesaing serupa. Dalam memilih di antara merek, pelanggan dapat mendasarkan keputusan pada bagaimana mereka diperlakukan.	Untuk mengetahui <i>customer relations</i> melalui penawaran aplikasi <i>online booking</i> MySantika atau hal yang dilakukan oleh Hotel Santika BSD dalam menarik pelanggan baru
		3. Kecepatan dalam	Hanya sedikit perusahaan yang bebas	Untuk mengetahui

		penanganan keluhan	dari keluhan. Pelanggan memprotes ketika peralatan tidak berfungsi, kesalahan dibuat dalam penagihan, atau pengiriman tidak dilakukan tepat waktu.	kecepatan dan cara Hotel Santika BSD City dalam menangani keluhan pelanggan menggunakan <i>customer relations</i>
2.	<i>Customer Engagement</i> (Brodie RJ, Hollebeek LD, Jurić B, Ilić A, <i>Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research. Journal of Service Research. 2011;14(3): 252-271</i>)	1. <i>Cognitive</i>	<i>Cognitive</i> mengacu pada tahap kognitif dari konsumen yang dilakukan, misalnya berbagi informasi dan pengalaman ke konsumen lain	Untuk mengetahui hal berhubungan dengan bagaimana cara konsumen menerima, mempersepsi, mempelajari, menalar, mengingat, dan berpikir tentang suatu informasi mengenai sebuah perusahaan dan MySantika
		2. <i>Emotional</i>	<i>Attitudinal</i> mengacu pada sikap dimana menjadi salah satu variabel pengukur <i>customer engagement</i> karena melingkupi tahap afeksi positif	Untuk mengetahui apakah sikap perusahaan terbuka pada afeksi positif, terbuka dengan pengalaman pengalaman baru, dan keterlibatan secara sosial maupun secara inter-personal yang

				berhubungan dengan pengambilan sikap konsumen yang dapat meningkatkan pertumbuhan personal
		3. <i>Behavioral</i>	<i>Behavioral</i> mengacu pada perilaku atau partisipasi konsumen di dalam sebuah upaya <i>engagement</i> sebuah perusahaan atau merek adalah harapan tertinggi yang mampu membawa perubahan perilaku dan memotivasi perilaku konsumen lain	Untuk mengetahui apakah konsep <i>word of mouth intentions</i> dan konsep <i>collaboration</i> berpartisipasi atau keterlibatan konsumen dalam sukarela mempromosikan atau merekomendasikan serta mengatakan hal positif terhadap Hotel Santika BSD City

Pada Table 4 memaparkan konsep dan aspek yang digali dalam penerapan bagaimana pelaksanaan *customer relations* yang dilakukan Hotel Santika BSD City agar memudahkan dalam membangun *customer engagement* melalui program MySantika pada Hotel Santika BSD City.

E. Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian ini, sampel sumber data dipilih secara *purposive*. Penentuan sampel sumber data terdapat di bawah ini.

Table 2 Data Informan

No.	Nama Informan	Infomasi	Jabatan	Lama Bekerja	Usia	Inisial
1.	Flavio Ikhlasia P	Key Informan	<i>Executive Secretary & Public Relations</i>	1 tahun	22 tahun	FI
2.	Elsa Kamillia	Informan 1 (Pendukung)	<i>Guest Relations Officer</i>	1,5 tahun	23 tahun	EK

Pada Table 5 menjelaskan beberapa data *key informan* dan informan tambahan yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Adapun informasi yang didapatkan dari sumber informasi tersebut dikumpulkan menjadi data yang dapat diteliti.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang utama adalah wawancara, studi dokumentasi dan triangulasi.

Alasan peneliti menggunakan teknik penelitian tersebut digunakan karena pada penelitian kualitatif untuk mengumpulkan informasi berupa wawancara, dokumentasi dan *me-review* terhadap dokumen yang menjadi pendukung penelitian. Teknik pengumpulan data yang penulis maksudkan.

1) Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya-tidaknya pada pengetahuan dan keyakinan sendiri. (Sugiyono 2020:114)

Wawancara mendalam dengan mencari informasi tentang penerapan *customer relations* dalam membangun *customer engagement* adapun informannya adalah seorang *Public Relations Officer* dan *Guest Relations Officer*. Penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara terarah. Dimana peneliti menanyakan kepada Informan hal-hal yang telah dipersiapkan sebelumnya.

2) Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Kegiatan mengumpulkan data, baik dari dokumen pengelola, buku-buku maupun literatur yang relevan.

G. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan peneliti menggunakan model Miles and Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.

Miles and Huberman (Sugiyono 2020:132–42) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drowing / verification*.

1. Data Reduction

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih dan memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

2. Data Display

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan *display* data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Conclutions Drowing / Verification

Penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung.

Dalam analisis data, peneliti menggunakan model *interactive model*, yang unsur-unsurnya meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan *conclutions drowing / verifying*.

H. Uji Keabsahan Data

Pengujian kredibilitas data dalam sebuah penelitian mempunyai pengaruh yang sangat penting terhadap hasil dari penelitian yang bertujuan untuk menilai kebenaran dari hasil temuan penelitian kualitatif. Hal ini dilakukan untuk membutktikan kebenaran data dari hasil penelitian, apakah penelitian sudah sesuai dengan kondisi dan situasi fakta dan data yang ada

dilapangan yang merupakan sebagai pengalaman dirinya sendiri. Kredibilitas menunjukkan kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif, hal ini dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dalam penelitian kualitatif, tidak bisa dirata-ratakan seperti penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana spesifik dari sumber data tersebut. Data yang dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan sumber data tersebut. (Sugiyono 2020:191)

Table 3 Data Triangulasi Sumber

No.	Nama	Keterangan	Pekerjaan	Usia
1.	Bapak Ridho	<i>Member MyValue / Guest Hotel Meeting</i>	Karyawan Swasta	35 tahun
2.	Ibu Tasya	<i>Member MyValue / Guest Hotel Familycation</i>	Ibu Rumah Tangga	29 tahun

Pada Tabel 6 menjelaskan penelitian ini triangulasi sumber diperoleh dari wawancara dengan konsumen yang memilih Hotel Santika BSD City, selain itu dengan melakukan observasi lingkungan dan media Hotel Santika BSD City. Masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang selanjutnya akan memberikan pandangan mengenai fenomena yang diteliti.