

BAB III

METODE PENELITIAN

Pada Bab III ini akan membahas langkah-langkah yang dilakukan peneliti untuk membuat metode dalam menjalankan penelitian. Bab ini diawali dengan penentuan lokasi penelitian, paradigma dan pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, teknik dan pengumpulan data, instrument penelitian, dan analisis data.

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Juanda Mobil Malang yang berlokasi di Jalan. Letjen. S. Parman 111A-115 Malang, Jawa Timur. Adapun alasan pemilihan Juanda Motor Malang sebagai objek penelitian adalah berdasarkan survey dan wawancara awal bahwa Juanda Motor Malang merupakan showroom terbesar dan terlama di wilayah Kota Malang khususnya, dengan perkembangan dalam jual beli mobil second yang bisa dikatakan bukan dengan waktu yang singkat untuk mengembangkan usaha ini, akan tetapi membutuhkan waktu berpuluh-puluh tahun untuk mensukseskan usahanya. Terlebih lagi, dalam persaingan bisnis kompetitornya saat ini semakin banyak, sehingga persaingan semakin ketat pada pembelian produk. Sehingga timbul ketertarikan untuk mengkaji strategi pemasaran dalam bauran pemasaran dalam penerapan keputusan pembelian konsumen di wilayah Kota Malang Oleh Juanda Mobil Malang.

3.2 Paradigma Dan Pendekatan Penelitian

Paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata (Basrowi & Suwandi, 2008:12). Paradigma menurut Bogdan dan

Biklen (1982:32), sebagaimana yang dikutip oleh Moleong (2007:49) adalah kumpulan sejumlah asumsi yang dipegang bersama, konsep atau proporsi yang mengarahkan cara berfikir dan penelitian. Lebih lanjut Moleong (2007:50) menjelaskan ada bermacam-macam paradigma, tetapi yang mendominasi ilmu pengetahuan adalah paradigma ilmiah (kuantitatif) dan paradigma alamiah (kualitatif).

Adapun paradigma penelitian yang peneliti gunakan adalah jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor (1993) sebagaimana yang dikutip oleh Prastowo (2011:22) adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif kualitatif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Adapun metode deskriptif menurut Nazir (1988) sebagaimana dikutip oleh Prastowo (2011:186) adalah suatu metode yang digunakan untuk meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu system pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Kemudian ditegaskan oleh Arikunto dalam Prastowo (2011:186), bahwa penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan “apa adanya” tentang sesuatu variabel, gejala, dan keadaan.

Dalam penelitian ini, alasan peneliti mengambil penelitian kualitatif deskriptif adalah untuk mengetahui subjek penelitian secara rinci. Sehingga penelitian ini dapat memperoleh hasil yang lebih mendalam terkait perilaku perusahaan dalam melaksanakan aktivitas bauran pemasaran (*marketing mix*). Dan

kemudian pada hasil penelitian ini dapat dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

Prastowo (2011:204) menjelaskan, bahwa terdapat dua macam jenis data yang dapat ditemukan di lapangan, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Menurut David William (1995), sebagaimana yang dikutip Prastowo (2011:23) penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah.

Adapun sumber data menurut Lofland (1987:47) sebagaimana yang dikutip oleh Moleong (2007:157), sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Adapun untuk sumber data, menurut Pohan sebagaimana dikutip Prastowo (2011:206) terdapat berbagai sumber-sumber data diantaranya adalah: pribadi atau perorangan, lembaga-lembaga, proses kegiatan, bahan dokumen, kepustakaan, peninggalan sejarah, dan sebagainya. Sedangkan menurut pendapat Prastowo (2011:204) ada dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan dari sumber pertama, sementara data sekunder adalah data yang diperoleh bukan dari sumber pertama, namun sumber kedua, ketiga, dan seterusnya.

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Adapun data primer yang dibutuhkan adalah data mengenai aktivitas bauran pemasaran (*marketing mix*) perusahaan, data tersebut diperoleh

dengan melakukan wawancara pada pihak dalam perusahaan dan melalui observasi. Sedangkan data sekunder dapat diperoleh dari dokumen dan proses kegiatan operasional perusahaan.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Nazir sebagaimana dikutip oleh Tanzeh (2009:57) pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Sementara Sugiyono (2008:62) menambahkan bahwa teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan *interview* pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan, dimana *Interview guide* sudah harus disusun dan pewawancara harus mengerti akan isi serta makna dari *interview guide* tersebut (Tanzeh, 2009:62). Definisi lain menurut Narbuko dan Achmadi (2012:83) bahwa wawancara adalah proses tanya-jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam dua orang atau lebih secara bertatap muka dan mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan dari narasumber.

Wawancara yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah jenis wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternative jawabannya pun telah disiapkan (Sugiyono, 2008:73). Dalam hal ini

peneliti langsung mewawancarai manajer marketing, marketing dan konsumen. Wawancara kepada manajer pemasaran dilakukan karena manajer pemasaran merupakan pihak yang membuat dan menetapkan kebijakan kegiatan pemasaran perusahaan, sedangkan wawancara kepada karyawan dilakukan karena karyawan merupakan pihak yang melaksanakan seluruh kebijakan yang berkaitan dengan aktivitas pemasaran perusahaan.

Adapun konteks untuk melakukan wawancara dengan narasumber sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Konteks Wawancara

No	Narasumber	Konteks Wawancara
1	Manajer Marketing	Terkait strategi pemasaran yang diterapkan oleh Juanda Mobil Malang sehingga kegiatan operasional pemasaran dapat dijalankan dengan baik
2	Marketing	Berkaitan dengan pengaplikasian program bauran pemasaran yang sudah dirancang oleh manajer pemasaran
3	Konsumen / Pelanggan	Berhubungan dengan bauran pemasaran yang diterapkan di Juanda Mobil Malang

2. Observasi

Menurut Riyanto sebagaimana dikutip oleh Tanzeh (2009:58) menyatakan bahwa observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian yang dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Definisi lain menurut Narbuko dan Achmadi (2012:70)

bahwa observasi adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki dalam penelitian tersebut.

Dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data bahwa peneliti sedang melakukan penelitian. Jadi pihak yang diteliti mengetahui sejak awal hingga akhir tentang aktivitas peneliti (Sugiyono, 2008:66). Adapun observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengamati tingkah laku ataupun proses terjadinya kegiatan operasional perusahaan seperti cara berpakaian karyawan, pelayanan kepada pelanggan, data tanggap, kondisi dan bentuk fisik perusahaan, dan sebagainya. Dari pengamatan yang dilakukan, peneliti kemudian melakukan pencatatan dengan kritis dan detail agar tidak ada gejala yang lepas dari pengamatan.

3.5 Instrumen Penelitian

Salah satu tahapan dalam proses penelitian adalah menentukan instrumen penelitian. Menurut Prastowo (2011:43) menyatakan bahwa dalam metode penelitian kualitatif, peneliti bahkan sebagai instrumen sementara instrument lainnya yaitu buku catatan, *tape recorder* (video/audio), kamera, dan sebagainya. Hal ini senada dengan pernyataan (Sugiyono, 2008:61) bahwa dalam penelitian kualitatif instrument utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrument penelitian sederhana, yang diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara.

Sehingga adapun instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri dan dengan didukung oleh panduan wawancara dan observasi agar dapat memperoleh data secara valid. Oleh sebab itu kehadiran peneliti dilapangan menjadi syarat mutlak dalam memenuhi persyaratan reabilitas.

3.6 Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan adalah dengan menggunakan teknik analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman (1992) mencakup tiga kegiatan sebagai berikut (Basrowi, 2008:209):

1. Reduksi data, Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian dan pentransformasian data kasar dari lapangan. Fungsinya untuk menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi sehingga interpretasi bisa ditarik. Dalam proses ini peneliti benar-benar mencari data yang valid. Ketika peneliti menyangsikan kebenaran data yang diperoleh akan dicek ulang dengan informan lain yang dirasa peneliti lebih mengetahui.
2. Penyajian data, adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajiannya antara lain berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan, atau bagan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan menarik kesimpulan. Dalam proses ini peneliti mengelompokkan hal-hal yang serupa menjadi kategori atau kelompok satu, kelompok dua,

kelompok tiga, dan seterusnya. Dalam proses ini, data diklasifikasikan berdasarkan teori-teori yang ada.

3. Menarik kesimpulan atau verifikasi, dimana kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila ditemukan bukti-bukti yang kuat. Makna-makna yang muncul dari data harus selalu diuji kebenaran dan kesesuaiannya sehingga validitasnya terjamin. Kemudian langkah selanjutnya adalah melaporkan hasil penelitian dengan lengkap.

