

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini membahas langkah-langkah yang akan dilakukan peneliti dalam melakukan proses pengolahan data penelitian. Bab ini diawali dengan penjelasan terkait lokasi penelitian, paradigma dan pendekatan penelitian, jenis dan sumber data, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data.

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian sekaligus merupakan objek penelitian. Penelitian ini dilakukan pada cabang PT Garuda Indonesia, yang terletak di Jl. Basuki Rachmat No. 106-108 Surabaya. Adapun alasan pengambilan objek tersebut karena Garuda Indonesia telah memanfaatkan *e-commerce/e-marketing* guna melayani pembelian tiket pelanggan, serta telah memiliki program loyalitas pelanggan.

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 sebagaimana yang dikutip oleh Moleong (2007:49) adalah kumpulan sejumlah asumsi yang dipegang bersama, konsep atau proporsi yang mengarahkan cara berfikir dan penelitian. Ada bermacam-macam paradigma, tetapi yang mendominasi ilmu pengetahuan adalah paradigma ilmiah (kuantitatif) dan paradigma alamiah (kualitatif). Paradigma penelitian kualitatif (alamiah) bersumber pada pandangan *fenomenologis* (Moleong, 2007:50).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma penelitian kualitatif (alamiah) dan paradigma penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Nazir (2011:55) menjelaskan metode deskriptif adalah metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka. Menurut Arikunto sebagaimana yang dikutip oleh Prastowo (2011:186) penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan apa adanya tentang sesuatu variabel, gejala, atau keadaan.

Alasan peneliti menggunakan paradigma penelitian kualitatif dan kuantitatif metode deskriptif dalam penelitian ini adalah untuk mengamati fenomena kemudian menganalisis kerja dan aktivitas yang terjadi. Sebagaimana pendapat Nazir (2005:61), bahwa analisis kerja dan aktivitas merupakan penelitian menggunakan metode deskriptif. Sehingga peneliti dapat mengetahui secara jelas strategi yang diterapkan oleh perusahaan untuk membangun loyalitas pelanggan yang diuraikan oleh manajer marketing perusahaan. Selanjutnya, penelitian kuantitatif digunakan untuk mengukur seberapa besar loyalitas pelanggan serta untuk mengetahui respon pelanggan yang telah menikmati layanan perusahaan sehingga membuat mereka dapat loyal terhadap perusahaan. Kemudian hasil penelitian 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 data kualitatif dan kuantitatif. Adapun data kualitatif dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan latar ilmiah dengan menggunakan metode alamiah berupa wawancara. Selanjutnya, data kuantitatif dalam penelitian ini berkaitan dengan angka-angka yang melibatkan penggunaan statistik deskriptif.

Adapun sumber data menurut Lofland dan lofland 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. Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data primer. Adapun data primer diperoleh dengan melakukan wawancara pada pihak dalam perusahaan dan melakukan survei langsung dengan menyebarkan angket kepada para pelanggan.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen dapat disebut sebagai alat. Yang dimaksud dengan alat di sini adalah alat untuk mengumpulkan data (Nazir, 2011:87). Begitu juga pendapat Gulö (2010:123), instrumen penelitian adalah alat yang dipakai untuk mengumpulkan data. Dalam metode penelitian kualitatif, peneliti bahkan sebagai instrumen sementara instrumen lainnya, yaitu buku catatan , *tape recorder* (video/audio), kamera dan sebagainya. Sebagaimana pernyataan Sugiyono (2008:61), bahwa dalam penelitian kualitatif instrument utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah focus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang

diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam, *pertama*, peneliti itu sendiri dikarenakan penelitian ini bersifat kualitatif dan kehadiran peneliti di lapangan menjadi syarat mutlak dalam memenuhi syarat pengumpulan data berupa wawancara, *kedua*, menggunakan angket sebagai syarat dalam memenuhi pengumpulan data melalui survei kepada pelanggan.

3.5 Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa subyek penelitian. Subyek penelitian yang dimaksud di sini adalah sasaran yang akan dituju oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Subyek penelitian ini meliputi pihak Garuda Indonesia yakni bagian *Executive Marketing* dan pelanggan-pelanggan Garuda Indonesia yang melakukan pembelian tiket di kantor pembelian tiket Garuda Indonesia.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Keberadaan teknik penelitian bisa digunakan secara efektif dan efisien untuk menunjang keberhasilan pengumpulan data (Prastowo, 2011:208). Pahami dalam kutipan Prastowo (2011:208) mengartikan teknik pengumpulan data sebagai cara yang dipakai untuk mengumpulkan informasi atau fakta-fakta di lapangan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data, antara lain:

1) Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interview) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2007). Interview dikenal pula dengan istilah wawancara adalah suatu proses tanya jawab lesan, dalam mana dua orang atau lebih berhadapan secara fisik (Sukandarrumidi, 2006:88). Menurut Gulö (2010:119), wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan responden.

Wawancara yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur. Ciri-ciri wawancara semi-terstruktur antara lain, (1) pertanyaan terbuka, namun ada batasan tema dan alur pembicaraan, (2) kecepatan wawancara dapat diprediksi, (3) fleksibel tetapi terkontrol, (4) ada pedoman wawancara yang dijadikan patokan dalam alur, urutan, dan penggunaan kata, (5) tujuan wawancara adalah untuk memahami suatu fenomena (Herdiansyah, 2010:123).

Adapun konteks untuk melakukan wawancara dengan narasumber sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Konteks Wawancara

No.	Informan	Konteks Wawancara
1.	<i>Marketing Executive</i> Garuda Indonesia	Terkait dengan strategi dalam membangun loyalitas pelanggan di era pemasaran berbasis elektronik.
2.	Pelanggan	Terkait dengan kepuasan dan perasaan yang dirasakan pelanggan atas pelayanan Garuda Indonesia.

2) Survei

Survei adalah metode pengumpulan data dengan menggunakan instrumen untuk meminta tanggapan dari responden tentang sampel (GulÖ, 2010: 118). Effendi & Tukiran (2012: 3) menambahi, survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Namun, GulÖ (2010:118) memiliki pendapat yang berbeda, bahwa pada dasarnya survei terdiri dari atas: wawancara dan kuesioner. Wawancara biasanya dilakukan dalam hubungan langsung tatap muka antara peawawancara dengan responden. Instrumennya menggunakan *shchedule*. Namun, bentuk paling umum adalah kuesioner yang diberikan kepada responden yang di dalamnya terdapat pedoman untuk responden dalam memberikan tanggapan. Instrumennya adalah kuesioner itu sendiri.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan survei dengan bentuk menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara kepada pelanggan terkait kepuasan dan perasaan yang dirasakan atas pelayanan yang diberikan oleh Garuda Indonesia. Hasil data dari kuesioner dan wawancara kepada pelanggan akan dideskripsikan. Sebagaimana pendapat Effendi & Tukiran (2012: 4), bahwa penelitian survei dapat digunakan untuk maksud 1) eksploratif, 2) deskriptif, 3) penjelasan, yakni menjelaskan hubungan kausal dan oengujian hepotesis, 4) evaluasi, 5) prediksi, 6) penelitian operasional dan 7) pengembangan indikator-indikator sosial.

Sehingga, dalam penelitian ini, kuesioner akan dikembangkan, diperdalam dan dilakukan *pre-test* di lapangan dengan hasil penelitian kualitatif

(wawancara). Adapun lokasi survei tersebut bertempat pada kantor penjualan tiket yang terletak pada Hotel Graha Bumi Surabaya.

3) Observasi

Observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis (Herdiansyah, 2010:131). Menurut GulÖ (2010:116) pengamatan (observasi) adalah metode pengumpulan data di mana peneliti atau klaboratornya mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Begitu juga menurut Sukandarrumidi (2006:69), observasi adalah pengamatan dan pencatatan sesuatu obyek dengan sistematika fenomena yang diselidiki.

Adapun observasi yang dilakukan peneliti fokus pada pelayanan yang terdapat pada ruang pelayanan penjualan tiket, fasilitas ruangan dan responsible karyawan PT. Garuda Indonesia dalam memberikan pelayanan penjualan tiket.

3.7 Analisis Data

Setelah selesai menyusun teknik pengumpulan data yang digunkan, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data. Analisis data merupakan tahap pertengahan dari serangkaian tahap dalam sebuah penelitian yang mempunyai fungsi yang sangat penting (Herdiansyah, 2010:158). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan dua jenis proses analisis data, yaitu analisis data kualitatif yang didapat melalui wawancara dan observasi serta analisis sata kuantitatif yang diperoleh melalui penyebaran angket yang akan dijelaskan masing-masing sebagai berikut:

Analisis data kualitatif:

1. Pengumpulan data

Melakukan pengumpulan data dari lapangan dengan melakukan wawancara, survei kepada pelanggan maskapai Garuda Indonesia, observasi, dan dokumenter.

2. Pengolahan data

Setelah data-data berhasil dikumpulkan, langkah selanjutnya adalah proses pengolahan. Peneliti melakukan pemeriksaan terhadap jawaban-jawaban informan dan survei yang telah dilakukan dari data hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti. Tujuannya adalah untuk penghalusan data dan selanjutnya perbaikan kata dan kalimat, memberi keterangan tambahan dan membuang keterangan yang tidak penting.

3. Penyajian data

Merupakan sekumpulan informasi yang dilaporkan dan dipaparkan secara tertulis. Penyajian data pada penelitian ini berbentuk uraian dari rangkuman hasil wawancara dan observasi yang dihasilkan setelah melakukan pengumpulan dan pengolahan data yang sekaligus dikaji dengan teori-teori yang sebelumnya telah dijelaskan pada BAB II.

4. Generalisasi dan Kesimpulan

Generalisasi adalah penarikan suatu kesimpulan umum dari analisis penelitian. Generalisasi yang dibuat harus berkaitan pula dengan teori yang mendasari penelitian yang dilakukan. Setelah generalisasi dibuat, peneliti menarik kesimpulan-kesimpulan dari penelitian.

Analisis data kuantitatif:

1. Pengolahan data

Data yang diperoleh melalui survei dengan menggunakan angket diolah menggunakan statistik deskriptif berupa skala likert dan prosentase. Adapun untuk point soal no 1, 2, 3, 4, 10, 11, 12 menggunakan pendekatan prosentase, dengan rumus sebagai berikut:

$$\% = \frac{N}{n} \times 100\%$$

Sedangkan point soal no 5, 6, 7, 8, 9 menggunakan pendekatan skala likert yang menggunakan teori Sugiyono (2002:73), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Adapun rumus skala likert, sebagaimana contoh di bawah ini:

Nilai skor x jumlah responden yang menjawab:

Jumlah skor responden menjawab sangat suka / SS (5)	= 5 x 2 = 10
Jumlah skor responden menjawab suka / S (4)	= 4 x 8 = 32
Jumlah skor responden menjawab netral / N (3)	= 3 x 15 = 45
Jumlah skor responden menjawab tidak suka / TS (2)	= 2 x 25 = 50
Jumlah skor responden menjawab sangat tidak suka / STS (1)	= 1 x 20 = 20
	157

(Y) Jumlah skor ideal = 5 x 100 (responden) = 500

(X) Jumlah Skor terendah = 1 x 100 (responden) = 100

Rumus index $\% = \frac{\text{Total Skor}}{Y} \times \%$

2. Penyajian data

Data yang telah diolah menggunakan skala likert dan prosentase, akan disajikan secara deskriptif yang dipadukan dengan hasil data wawancara dari pihak perusahaan.

