

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Moleong (2015;44) pihak inkuiri alamiah menanamkan penelitian kualitatif sebagai penelitian alamiah, dan penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang di alami subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dll secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

Sedangkan menurut Sugiyono (2013;1) menyatakan metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang di gunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti adalah sebagai instrument kunci, Teknik pengumpulan data di lakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Menurut Sukmadinata (2008) pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode interaktif, merupakan studi mendalam menggunakan teknik pengumpulan data langsung dari orang dalam lingkaran alamiahnya. Peneliti menginterpretasikan fenomena-fenomena bagaimana orang mencari makna daripadanya.

Penelitian yang di gunakan oleh peneliti adalah interaktif, dengan menghimpun data secara interaktif atau melalui interaksi dengan sumber data, dengan tujuan ingin mengetahui secara rinci dan menyeluruh mengenai *relationship marketing* di PT.Arifin Sidayu Tour and Travel Cabang Gresik, dengan melibatkan

berbagai sumber informasi secara mendalam tentang yang mereka ketahui dan apa saja yang di lakukan untuk mengimplementasikan *relationship marketing* pada perusahaan.

3.2 Unit Analisis

Menurut Sugiyono (2016;298) menyatakan bahwa unit analisis adalah satuan yang di teliti yang bisa berupa individu, kelompok, benda atau suatu latar peristiwa sosial seperti misalnya aktivitas individu atau sekelompok sebagai subjek penelitian.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling* yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan kriteria-kriteria tertentu yang telah dibuat terhadap obyek sesuai dengan tujuan penelitian. Yaitu individu yang benar-benar memahami permasalahan sekarang diantaranya :

(1) Ibu.Asila (Pemilik Perusahaan), (2) Mbak Deri Rahma (*Customer Service*)

Selain itu, unit analisis yang akan di teliti dalam penelitian ini adalah implementasi *relationship marketing* pada PT.Arifin Sidayu *Tour and Travel* Cabang Gresik. Dan bagaimana menjalin serta memelihara hubungan dengan pelanggannya serta meningkatkan *brand awareness* dimata pelanggan agar tetap loyal.

3.3 Informan dan Tempat Penelitian

Informan penelitian adalah orang yang di manfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian dan merupakan orang yang benar-benar mengetahui permasalahan yang akan di teliti (Moleong 2015;163).

Informan kunci, yaitu orang-orang yang dipandang tahu permasalahan yang diteliti. Adapun yang dimaksud sebagai informan kunci dalam penelitian ini adalah Pemilik Perusahaan PT.Arifin Sidayu Tour and Travel Cabang Gresik. Yang masing-masing memiliki masa kerja tiga tahun sampai sekarang. Sedangkan informan non kuncinya adalah orang yang dianggap mengetahui permasalahan yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2016;300), penentuan informan yang sering di gunakan dalam penelitian kualitatif adalah *purposive sampling*. Pada penelitian ini penentuan informan di pilih secara *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Pertimbangan tertentu yang di maksud adalah memilih sumber data atau orang yang di anggap paling tahu tentang apa yang di harapkan.

Dengan informan kunci yaitu pihak perusahaan dalam implementasi yang dilakukan *relationship marketing* dalam pada PT.Arifin Sidayu Tour and Travel Cabang Gresik. Informan yang di pilih oleh peneliti adalah Ibu.Asila (Pemilik Perusahaan).

Lokasi penelitian berada di Jl.RA.Kartini Gresik, Ruko Kartini Megah No. 150-152 Blok B7 Gresik, Telp : 0313990733/08113389958.

3.4 Teknik Penggalian Data

Merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan data dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif interaktif, maka data yang di peroleh haruslah mendalam, jelas dan spesifik. Berikut

merupakan penjelasan mengenai teknik pengambilan data yang di butuhkan dalam penelitian ini :

a. Observasi

Observasi merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung obyek datanya. Menurut Sugiyono (2016:310) mengklasifikasikan observasi menjadi observasi berpartisipasi, observasi terang-terangan dan tersamar, dan observasi yang tak bestruktur.

Penelitian ini termasuk kedalam observasi partisipatif, dimana peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang di gunakan sebagai sumber data penelitian. Menurut Susan Stainback (dalam Sugiyono, 2016:311) sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang di kerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang di peroleh akan lebih lengkap, tajam karena peneliti melihat dan mengamati sendiri kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan di PT.Arifin Sidayu Tour and Travel Cabang Gresik, seperti melakukan hubungan dengan pihak perusahaan dan melakukan berbagai hal yang berhubungan dengan *relationship marketing* yaitu pelanggan.

b. Wawancara

Menurut Sujarweni (2015;31) proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab bisa sambil bertatap muka ataupun tanpa yaitu melalui media telekomunikasi antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman.

Sedangkan menurut Esterberg (dalam Sugiyono,2016:317), wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara di bagi menjadi tiga macam yaitu wawancara terstruktur (*structured interview*),wawancara semi terstruktur (*semistrukture interview*), dan wawancara tidak terstruktur (*unstructrued interview*).

Dalam penelitian ini, wawancara yang di lakukan oleh peneliti adalah wawancara tidak terstruktur (*unstructured interview*) Wawancara tidak terstruktur, adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan yang berhubungan dengan implementasi *relationship marketing* pada PT.Arifin Sidayu Tour and Travel Cabang Gresik, yang di lakukan dengan tanya jawab secara langsung dengan informan yang berkaitan dengan permasalahan.

Dalam metode ini di harapkan peneliti dapat memperoleh data tentang gambaran umum Perusahaan yang berhubungan dengan permasalahan. Berikut menurut Lincoln and Guba dalam Sanapiah Faisal sebagaimana dikutip Sugiyono (2016;322).

1. Langkah-langkah wawancara :

- a. Menetapkan kepada siapa wawancara akan di lakukan
- b. Menyiapkan pokok-pokok masalah yang menjadi bahan pembicaraan

- c. Membuka alur wawancara, dengan menjelaskan gambaran latar belakang secara rinci dan jelas mengenai topik penelitian
- d. Melangsungkan alur wawancara
- e. Mengkonfirmasi ikhtisar hasil wawancara dan mengakhirinya
- f. Menuliskan hasil wawancara kedalam catatan lapangan
- g. Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah di peroleh

2. Alat-alat bantu wawancara

Supaya hasil wawancara dapat terekam dengan baik, peneliti memiliki bukti telah melakukan wawancara kepada informan atau sumber data, maka di perlukan bantuan alat-alat sebagai berikut :

- a. Buku catatan : berfungsi untuk mencatat semua percakapan dengan sumber data
- b. *Tape recorder* atau alat perekam suara : berfungsi untuk merekam semua percakapan pembicaraan, sebelumnya peneliti telah meminta ijin kepada informan
- c. *Camera* : berfungsi untuk memotret kalau peneliti sedang melakukan pembicaraan dengan informan atau sumber data. Dengan adanya ini maka dapat meningkatkan keabsahan penelitian

Menurut Yunus (2010) sebagaimana dalam Sujarweni (2015;31) yaitu :

- a. Mengenalkan diri
- b. Menjelaskan maksud kedatangan
- c. Menjelaskan meteri wawancara
- d. Mengajukan pertanyaan

Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang utama adalah observasi, dan wawancara. Dalam prakteknya kedua metode tersebut dapat di gunakan secara bersama-sama, artinya sama wawancara juga melakukan observasi atau sebaliknya, berikutnya ada dokumentasi.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain menurut Sugiyono (2016:329). Hasil penelitian dari observasi dan wawancara yang telah di lakukan oleh peneliti, juga di dukung dengan dokumen-dokumen berbentuk tulisan, gambar atau dokumen hasil pengolahan data dari PT.Arifin Sidayu Tour and Travel Cabang Gresik. Selain itu juga melakukan pencatatan hasil wawancara yang telah di lakukan.

3.5 Teknik Pengorganisasian Data

Teknik pengorganisasian data atau pengelolaan data adalah merupakan suatu teknik dalam penelitian kualitatif yang di lakukan setelah data lapangan terkumpul, dan data terbagi menjadi dua yaitu data lapangan (data mentah) dan data jadi (Satori dan Komariah, (2010;177).

Data lapangan atau data mentah merupakan data yang di peroleh saat pengumpulan data. Data mentah pada penelitian ini adalah berupa data lisan (tuturan) dan data tertulis. Data lisan dan tertulis tersebut melalui wawancara

terhadap narasumber. Data lisan di dokumentasikan ke dalam bentuk rekaman suara, sedangkan data tertulis di dokumentasikan ke dalam bentuk tulisan atau catatan penelitian. Data yang kedua adalah data jadi, data jadi merupakan suatu data mentah (data lapangan) yang telah mengalami proses penyeleksian data. Penyeleksian data mengacu pada permasalahan yang ingin di pecahkan, yaitu objek penelitian.

Data yang berupa rekaman suara di transkrip atau di salin dalam bentuk tulisan dan data yang berupa catatan lapangan di rangkum menjadi satu. Setelah semua terkumpul kemudian di lakukan penyeleksian data sesuai dengan objek penelitian.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2016;335) analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan hubungan tertentu atau menjadi hipotesis. Bila berdasarkan data yang dapat dikumpulkan secara berulang-ulang dengan teknik triangulasi, ternyata hipotesis diterima, hipotesis berkembang menjadi teori.

Analisis interaktif-kualitatif merupakan suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan arti data-data yang telah terkumpul dengan memberikan perhatian dan merekam sebanyak mungkin aspek situasi yang di teliti pada saat itu, sehingga memperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan sebenarnya (Moleong 2014;11).

Jika dihubungkan dengan kerangka berfikir perusahaan utamanya harus menunjukkan kreasi dan inovasinya dalam menjalin hubungan serta mempertahankan pelanggan, perusahaan juga harus mengetahui, bagaimana cara

mengimplementasikan *relationship marketing*, serta mempertahankan loyalitas pelanggan yang kuat. Melalui *relationship marketing* semua diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* menjaga dan memelihara pelanggan yang sudah ada. Karena mencari pelanggan baru lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan lama.

Setelah peneliti melakukan pengumpulan data, maka peneliti melakukan reduksi data. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak untuk itu maka perlu dicatat dengan teliti dan rinci. Perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu menurut Sugiyono (2016;338). Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dalam reduksi data akan dibantu dengan *relationship marketing*. Selanjutnya yang semerawut akan dikategorikan dan dipilih yang dianggap penting sehingga memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan. Setelah data direduksi maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data atau penyajian data bisa dilakukan dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi. Melalui penyajian data tersebut maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga mudah dipahami, dan merencanakan kerja selanjutnya Langkah ke tiga menurut Miles and Huberman dalam Sugiyono (2016;345) adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Dari display data tersebut akan diketahui faktor-faktor penyebab pelanggan loyal dan pelanggan yang setia dengan brand perusahaan. Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan akan didukung data yang kredibel.

3.7 Kredibilitas Penelitian

Kredibilitas merupakan istilah yang di gunakan dalam penelitian kualitatif untuk menggantikan konsep validitas. Menurut Sugiyono,(2016;368), dalam penelitian kualitatif pengecekan keabsahan data meliputi 1) uji kredibilitas data, 2) uji transferabilitas, 3) uji dependabilitas, 4) uji konfirmabilitas, dimana uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif dilakukan dengan triangulasi.

Pengujian kredibilitas data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Triangulasi

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi sebenarnya peneliti mengumpulkan data mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.

Triangulasi data dilakukan dengan cara triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber, adalah mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik sama. Sedangkan triangulasi teknik, berarti peneliti menggunakan pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2016;330). Dalam hal

ini sumber data atau triangulatornya adalah (1) Mbak Deri Rahma (*Customer Service* Perusahaan), (2) Pelanggan (Yang paling sering membeli). Dari sumber data tersebut kemudian oleh peneliti di deskripsikan dan di kategorikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan yang spesifik untuk menghasilkan kesimpulan.