

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Berdasarkan Creswell mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai suatu proses penyelidikan untuk mengetahui masalah sosial atau masalah manusia berdasarkan pada penciptaan gambar komprehensif yang diwujudkan dengan kata-kata, melaporkan pandangan informasi secara detail, dan disusun dalam suatu tulisan ilmiah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Komparatif. Jenis penelitian komparatif menurut Samsu (2017) dalam bukunya menjelaskan bahwa komparatif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk ditujukan mengetahui apakah antara dua variabel, kelompok, prosedur kerja, ide, fenomena sosial dan manusia tertentu ada perbedaan atau persamaan dalam suatu aspek yang diteliti.

Dengan demikian penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengetahui suatu masalah atau fenomena dalam penelitian terkait Strategi Pemasaran yang digunakan antara Strategi pemasaran *personal selling* dan pemasaran sosial media dengan tujuan mengeksplorasi pelaksanaan kedua strategi pemasaran tersebut dan mengetahui faktor faktor tertentu serta menggali informasi sebanyak – banyaknya. Sedangkan jenis penelitian ini adalah komparatif untuk mengetahui terkait kesamaan dan perbedaan antara dua strategi pemasaran *personal selling* dan pemasaran sosial media yang dijalankan oleh Tridaya Creative Agency.

#### 3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *Event organizer* Tridya Creative Agency tepatnya di Perumahan Bukit Cemara Tujuh Blok. H No. 11, Kabupaten Malang, Jawa Timur.

#### 3.3 Subjek Penelitian

Subyek penelitian adalah benda, hal atau orang, tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan posisi subyek penelitian sebagai yang dipermasalahkan (Samsu, 2017). Maka subyek dari penelitian ini adalah karyawan Tridaya Creative Agency yang berkaitan dengan pemasaran seperti manajer utama tridaya kreatif agency, manajer pemasaran, staf karyawan pemasaran, company profile perusahaan, portofolio perusahaan dan seluruh perangkat pemasaran.

#### 3.4 Fokus Penelitian

Fokus penelitian merupakan hal yang perlu diperhatikan dalam suatu penelitian yang menjadi pusat arahan dalam obyek penelitian. Adapun fokus penelitian ini yaitu :

1. Strategi Pemasaran Daring (Sosial Media), Yaitu:
  - a. Target Pasar
  - b. Memilih Platform

- c. Membuat Konten
- d. Interaksi
- e. Bekerjasama

2. Strategi Pemasaran Luring (*Personal selling*, yaitu:

- a. Menilai Prospek
- b. Pra-Pendekatana
- c. Pendekatan
- d. Presentasi
- e. Mengatasi Keberatan
- f. Penutupan
- g. Tindak Lanjut

3. Komparasi efektifitas strategi pemasaran sosial media dengan pemasaran *personal selling*

### **3.5 Jenis dan Sumber Data**

Menurut Samsu (2017) , jenis dan sumber data yang biasa dipergunakan dalam penelitian kualitatif merupakan data yang berupa data primer dan data sekunder.

#### **1. Data Primer**

Data Primer, adalah data yang langsung dan bisa segera didapatkan oleh peneliti untuk tujuan penelitian. Artinya , data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama dari subjek penelitian, baik melalui observasi dan wawancara kepada informan.

2. Data Sekunder, adalah data yang terlebih dahulu dibuat dan dilaporkan oleh orang di luar peneliti sendiri seperti pihak dari tempat penelitian dan yang dikumpulkan itu adalah data yang asli. Artinya, data sekunder adalah data yang didapatkan dari sumber kedua, dan data sukender biasanya dapat juga disebut sebagai data penunjang yang digunakan untuk menambah informasi dengan tujuan benar-benar sesuai dengan harapan peneliti dan mencapai titik jenuh. Hal ini juga dapat mendukung data primer yang didapatkan tidak diragukan karena juga didukung oleh data sekunder.

### **3.6 Metode Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan topik penelitian, maka dalam pengumpulan data ini terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan, antara lain sebagai berikut :

#### **1. Wawancara**

Menurut Arikunto (1993) wawancara merupakan sebuah percakapan yang dilakukan oleh pewawancara dalam hal ini peneliti untuk memperoleh informasi dari

terwawancara dalam hal ini informan. Wawancara dipergunakan untuk memperoleh data melalui dialog langsung secara terpimpin antara peneliti dengan orang yang memberi informasi dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sesuai dengan peneliti. Dasar dalam memilih informan dalam penelitian ini adalah yang sesuai dengan topik penelitian mengenai strategi pemasaran, maka yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah, manajer utama, manajer pemasaran, dan staf pemasaran. Adapun daftar orang terwawancara sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Daftar terwawancara

No	Nama	Jenis Kelamin	Posisi
1.	Bapak H	Laki- Laki	Manajer Utama
2.	Ibu N	Perempuan	Manajer Pemasaran
3.	Ibuk T	Perempuan	Staf pemasaran
4.	Bapak A	Laki- Laki	Staf Pemasaran

## 2. Observasi

Menurut Nawawi (1991) merupakan metode observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang terkait dengan topik penelitian. Dalam penelitian ini, observasi yang dilakukan adalah saat tim pemasaran melakukan *personal selling* pada calon pelanggannya dan melihat aktifitas sosial media yang di jalan oleh tim pemasaran tridaya kreatif agency.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode untuk mencari data mengenai hal – hal yang sesuai dengan fenomena penelitian yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya. Dalam hal ini dokumentasi yang digunakan adalah company profile perusahaan dan portofolio dari tridaya kreatif agency (Samsu, 2017).

### 3.7 Teknis Analisis Data

Menurut Arif B (2009) analisis data kualitatif merupakan aktivitas intensif yang memerlukan pengertian yang menyeluruh, kreativitas, dan pemahaman konseptual. Analisis data kualitatif tidak berproses dalam suatu yang lurus dan dinamis dan kompleks jika dibandingkan analisis kuantitatif sebab tidak ada formula baku dan tidak distandardisasi.

Teknik analisis data yang biasa digunakan dalam penelitian kualitatif adalah analisis data yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Miles and Huberman (1994) menyatakan bahwa teknik

analisis data kualitatif terdiri dari tiga aktivitas, yaitu reduksi data, display data atau penyajian data, dan menarik kesimpulan atau verifikasi.

1. Reduksi Data

Reduksi data atau (*data reduction*) adalah proses yang menunjukkan bagaimana data diseleksi, difokuskan, disederhanakan, dan mengabstraksikan, serta mengubah data mentah yang muncul dalam penulisan catatan lapangan.

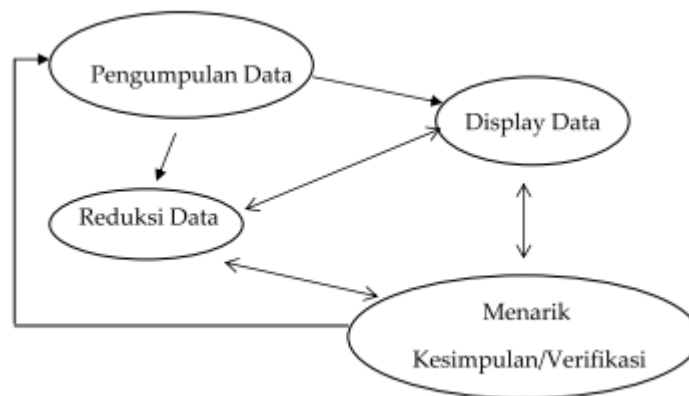
2. Display Data

Adapun sajian atau tampilan data (*data display*) adalah usaha menyusun informasi yang terorganisir dalam upaya menjelaskan kesimpulan dan mengambil keputusan. Pada penelitian kualitatif bentuk dari penyajian data menggunakan teks narasi.

3. Penarikan Kesimpulan

Verifikasi atau penarikan kesimpulan adalah kegiatan menyusun kesimpulan penelitian, baik kesimpulan sementara atau kesimpulan akhir. Kesimpulan sementara dapat dibentuk terhadap setiap data yang ditemukan pada saat proses penelitian sedang dilakukan sedangkan kesimpulan akhir dapat dibentuk setelah seluruh data penelitian dianalisis.

Gambar 3. 1 Teknik Analisis Data



Sumber : (Miles & Huberman, 1994)