

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini dirancang dan dilakukan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan dalam penelitian ini digunakan dengan dilandasi tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui penerapan *relationship marketing* di Double Tape Jakarta. Double Tape adalah perusahaan *marketing agency* yang bertempat di Jl. Barito II No.7, RT.10 / RW 7, Keramat Pela, Kecamatan Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia.

Penggunaan metode deskriptif mengacu pada pendapat Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Moleong (2011) yang mengatakan penelitian kualitatif sebagai berikut: “Metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis/lisan atau perilaku yang diamati, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara *holistic* (utuh).” Metode deskriptif digunakan agar dapat menggambarkan bagaimana penerapan *relationship marketing* di Double Tape. Penelitian ini dilakukan terhadap *customer service* dan *pelanggan* dimana kedua objek tersebut yang sangat bersinggungan dengan strategi *relationship marketing*.

Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk memahami proses penerapan *relationship marketing*. Penelitian dalam hal ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan memberi gambaran secara lebih jelas dan mendalam

mengenai penerapan *relationship marketing* dari pihak Double Tape terhadap pelanggannya.

B. Partisipan dan Tempat Penelitian

Partisipan dalam penelitian ini yaitu orang-orang yang akan telah di wawancarai mengenai penerapan *relationship marketing*, dalam hal ini objek penelitiannya adalah manajer *customer service* Double Tape dan juga staff *customer service* Double Tape sebagai *key informan* dan pelanggan Double Tape yaitu *Trade and Supply Chain Product Manager* perusahaan Standard Chartered Bank dan juga *Sales Supervisor* perusahaan Jenius sebagai partisipan. Seperti yang telah disebutkan diatas, *customer service* adalah bagian yang paling utama dalam penerapan *relationship marketing* dan pelanggan sebagai partisipan dalam penerapan strategi *relationship marketing*..

Penelitian ini dilakukan secara daring dimana peneliti dan informan melaksanakan wawancara dan penggalan informasi tidak melalui tatap muka. Hal ini dikarenakan penelitian ini dilakukan ditengah pandemi yang tentunya membatasi peneliti melakukan wawancara tatap muka terhadap informan.

C. Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu menurut Sugiyono (2012) :

1. Wawancara Mendalam (*In-depth interview*)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung kepada informan dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah dipersiapkan, data tentang permasalahan yang sebenarnya kemudian jawaban informan dicatat atau direkam. Wawancara mendalam tersebut diberikan kepada informan yang akan diwawancarai, informan yang dimaksud adalah *customer service* Double Tape dan pelanggan. Teknik wawancara yang dipakai dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, yang dapat dipahami sebagai wawancara yang pewawancaranya menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan – pertanyaan yang akan diajukan.

2. Observasi non Partisipasi

Dalam observasi ini, peneliti tidak terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari informan yang sedang diamat atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian, tetapi walaupun tidak terlibat secara langsung secara intens, peneliti melakukan observasi saat melaksanakan kegiatan magang.

3. Studi Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan kategori dan klarifikasi bahan tertulis yang berhubungan dengan penerapan *relationship marketing*.

D. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah analisis data kualitatif menurut Sugiyono (2012) sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data mempunyai arti yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan hasil gambaran yang lebih jelas dan memberi kemudahan bagi peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Peneliti dalam menganalisis hasil data penelitian dengan menggunakan cara reduksi data sehingga peneliti dapat mengetahui bagaimana penerapan *relationship marketing* di Double Tape Jakarta.

2. Penyajian Data

Penyajian data yang paling sering digunakan ialah teks yang bersifat narasi, penyajian data juga dapat berupa grafik, matriks, dan *chart*. Penyajian data ini berisikan narasi yang bersifat deskriptif tentang penerapan *relationship marketing* di Double Tape.

3. Penarikan Kesimpulan

Langkah akhir yang dilakukan dari proses analisis data adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Proses ini dilakukan terhadap data-data yang telah dikumpulkan melalui berbagai macam teknik dan dari berbagai sumber yang dicatat selama penelitian. Penarikan kesimpulan juga mempertimbangkan bukti-bukti yang valid dan konsisten

sehingga kesimpulan yang diambil merupakan kesimpulan yang dapat dipercaya mengenai penerapan *relationship marketing*.

E. Pengujian Keabsahan Data

Agar dapat dipertanggungjawabkan data secara benar dan juga akurat, maka perlu dilakukan pemeriksaan data yang telah dikumpulkan. Beberapa teknik yang digunakan dalam pemeriksaan data ini, terutama untuk data kualitatif menurut Sugiyono (2012) sebagai berikut:

1. Perpanjangan Pengamatan

Perpanjangan pengamatan dimaksudkan untuk memeriksa kembali apakah data yang diperoleh dari informan telah benar atau tidak. Bila ternyata ditemukan ketidakbenaran data yang telah diperoleh, maka peneliti melakukan pengamatan lagi secara mendalam sehingga diperoleh data yang pasti kebenarannya.

2. Meningkatkan Ketekunan

Meningkatkan ketekunan memiliki arti yaitu melakukan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Tujuan dari peningkatan ketekunan adalah agar peneliti dapat memberikan deskripsi data yang akurat dan sistematis tentang apa yang diminati. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan secara lebih rinci dan terfokus misalnya dalam melakukan wawancara penggalian informasi mengenai penerapan *relationship marketing* di Double Tape. Hal ini dimaksudkan untuk menemukan unsur-unsur yang mendalam dari informan guna menjawab

apa yang menjadi fokus penelitian. Selain itu, peneliti juga menggunakan referensi buku yang menyangkut *relationship marketing*.

3. Triangulasi Sumber

Triangulasi bertujuan untuk mengecek kebenaran data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data yang telah didapatkan sebagai pembanding. Pembandingan data dilakukan agar peneliti dapat mengetahui mengenai kebenaran atau validnya data yang telah didapatkan. Hal-hal yang menjadi pembanding antara lain:

- a. Hasil observasi dengan hasil wawancara
- b. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

F. Jadwal Penelitian

Matriks 1
Jadwal dan Langkah Penelitian

No	Kegiatan	Minggu ke -																															
		Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
1	Pengajuan Judul																																
2	Bimbingan Penulisan Proposal																																
3	Seminar Proposal																																
4	Penyusunan Pedoman Penelitian																																
5	Pengumpulan Data																																
6	Pengolahan dan Analisis Data																																
7	Penulisan dan Laporan Proyek Akhir																																
8	Sidang Proyek Akhir																																
9	Pengesahan Hasil																																