

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Rancangan atau teknik penelitian menurut (Sugiyono, 2013) didefinisikan sebagai prosedur secara ilmiah dengan maksud untuk mendapatkan informasi dengan fungsi dan maksud secara khusus. Semua aktivitas penelitian mempunyai maksud dan sasaran yang khusus, pada umumnya terdapat tiga jenis karakteristik dari penelitian, yakni:

1. Penemuan

Informasi yang didapatkan dari pelaksanaan penelitian adalah informasi terbaru, yang sebelumnya tidak pernah diketahui oleh pihak lain.

2. Pembuktian

Informasi digunakan sebagai alat untuk menegaskan apabila terdapat ketidakpastian atas data yang telah diperoleh sebelumnya.

3. Pengembangan

Informasi yang diperoleh dianalisis ulang secara cermat untuk ditingkatkan kembali dengan maksud untuk memperluas pengetahuan yang telah ada sebelumnya.

Penelitian ini akan menggunakan teknik pendekatan kualitatif, yakni sebuah proses riset yang menerapkan pendekatan naturalistik guna meraih pengetahuan yang detail tentang fenomena sosial yang alamiah

(Haryadi, 2019). Metode ini sering disebut sebagai metode seni, karena proses risetnya cenderung memperhatikan perspektif, serta disebut sebagai metode interpretatif karena hasil risetnya lebih berkaitan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan (Sugiyono, 2013). Menurut (Moleong, 2017), terdapat alasan tertentu mengapa pendekatan kualitatif digunakan, di antaranya:

1. Metode kualitatif memungkinkan untuk mengidentifikasi lebih dari satu kejadian dalam kumpulan data.
2. Para ahli dapat lebih terkoneksi dengan partisipan, dalam hal kejelasan respon dan pertanggungjawaban atas respon yang diberikan.
3. Menjelaskan konteks secara menyeluruh dan membuat penilaian apakah konteks tersebut pantas atau tidak.
4. Kemampuan untuk bersama-sama menemukan dampak dan memperkuat koneksi yang lebih baik.
5. Lebih eksplisit (jelas) menghitung nilainya.

Peneliti menyimpulkan bahwa metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang bergantung pada fakta yang ditemukan secara langsung di lapangan dan dihubungkan dengan teori yang memiliki relevansi atau keterkaitan yang tepat.

## **B. Partisipan dan Tempat Penelitian**

### 1. Partisipan

Individu yang terlibat dalam penelitian dikenal sebagai informan atau sumber informasi. Data awal akan diperoleh dari narasumber utama, setelah itu peneliti akan mengidentifikasi narasumber tambahan yang dapat memberikan data pendukung terkait informasi yang dibutuhkan sehingga dapat ditemukan data yang konsisten dari respons satu narasumber dengan narasumber lainnya. Dikutip dari teori (Sugiyono, 2013), ada beberapa persyaratan yang dianjurkan bagi seorang informan sebelum dilakukan pendekatan, seperti:

- a. Tidak bersifat subyektif, narasumber tidak memberikan tanggapan dengan sudut pandang individual.
- b. Mempunyai jadwal yang fleksibel agar bisa dijadwalkan untuk melakukan wawancara.
- c. Mengerti setiap aspek dari data yang diperlukan oleh orang yang melakukan wawancara.
- d. Memiliki peran dalam hal yang sedang dilakukan penelitian.
- e. Sebagai sumber informasi, dapat bekerja sama dengan pewawancara.

Dari penjelasan definisi yang dijelaskan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa elemen utama dalam penelitian ini yaitu keberadaan narasumber kunci (*key informan*), informan 1, 2, 3, 4 dan 5 sebagai konsumen. Ciri-ciri informan yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

- a. Tinggal di Bandung.
- b. *Owner* dan Mahasiswa.
- c. Pernah mendatangi Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung minimal 1 kali.
- d. Mengetahui media sosial Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung.
- e. Mengetahui kegiatan promosi yang dilakukan Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung.

Selanjutnya, penulis akan mengarahkan pada data yang diperoleh dari keenam sumber tersebut sebagai bagian dari hasil riset. Dengan profil *key informan* dan narasumber sebagai berikut:

- a. *Key Informan*

*Key Informan* bernama Ibu Rani Dian Bestari, yaitu seorang *Owner* di Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung.

- b. Informan 1

Informan 1 selanjutnya bernama Angelique Felicia Yohanes selaku konsumen di Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung.

- c. Informan 2

Informan 2 bernama Aghnat Siti Merjanja selaku konsumen di Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung.

- d. Informan 3

Informan 3 bernama Nurhamidah Oktaviani selaku konsumen di Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung.

e. Informan 4

Informan 4 bernama Dissa Audhya Anantha selaku konsumen di Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung.

f. Informan 5

Informan 5 bernama Rahma Khairunnisa Fiardi selaku konsumen di Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung.

2. Tempat Penelitian

Dalam proses pengumpulan informasi, lokasi yang terpilih untuk menjalankan penelitian ini adalah Nana Heritage Kitchen and Gallery yang terletak di Jalan Dr. Setiabudi No.276A, Ledeng, Kecamatan Cidadap, Kota Bandung, Jawa Barat 40143.

**GAMBAR 3**

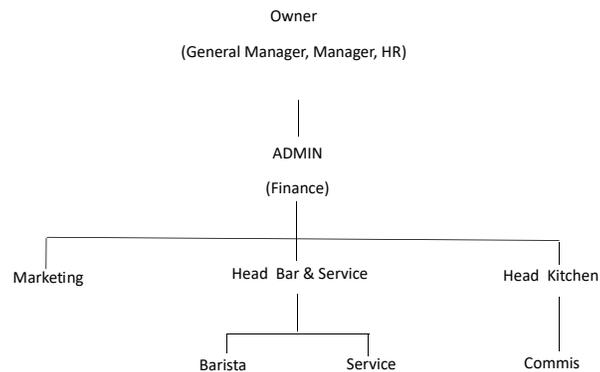
**LOGO NANA HERITAGE KITCHEN AND GALLERY**



Sumber : Marketing Communication Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung, 2023

## GAMBAR 4

### STRUKTUR ORGANISASI NANA HERITAGE KITCHEN AND GALLERY



Sumber : Marketing Communication Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung, 2023

#### A. Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2013) berpendapat bahwa dalam upaya mengumpulkan data, terdapat beberapa metode atau teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan, seperti melakukan wawancara, mendokumentasikan, melakukan observasi, atau menggabungkan ketiganya. Tahap awal yang utama dalam penelitian yaitu metode pengumpulan data, fokus utama penelitian yaitu mendapatkan informasi. Dengan kata lain, metode pengumpulan data adalah strategi dalam mencari informasi yang akan dilakukan analisis dan pengelompokkan. Untuk memperoleh informasi yang komprehensif dan dapat dipertanggungjawabkan, peneliti menerapkan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

## 1. Data Primer

Data Primer merupakan informasi yang disediakan secara langsung oleh sumbernya saat melakukan observasi di lapangan. Ada beberapa teknik untuk memperoleh data tersebut dalam penelitian ini, salah satunya adalah melalui cara pengumpulan berikut ini:

### a. Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2013) wawancara ini adalah wawancara yang cermat. Jenis wawancara ini semi terstruktur. Dalam penerapannya, proses wawancara akan dilakukan dengan cara mengeksplorasi informasi dari narasumber guna mendapatkan informasi yang tepat serta komprehensif. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada informan dilakukan pada waktu yang berbeda-beda, peneliti melakukan wawancara secara tidak resmi untuk memperoleh informasi yang lebih detail. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara tidak terstruktur dengan *owner* dan konsumen di Nana Heritage Kitchen and Gallery. Dibawah ini merupakan hasil reduksi data wawancara yang telah dilakukan bersama konsumen.

**TABEL 4**  
**REDUKSI DATA WAWANCARA OWNER**

Pertanyaan	Jawaban
<b>Bauran Promosi</b>	
<i>a. General</i>	
Apakah Nana Heritage Kitchen and Gallery memiliki arti logo atau arti dari namanya?	Ya.

Keunikan apa yang dimiliki oleh Nana Heritage Kitchen and Gallery yang tidak dimiliki oleh kompetitor lain?	Berdasarkan dengan berbagai menu makanan yang bervariasi, dan juga memiliki tempat yang luas untuk melakukan <i>event</i> seperti <i>wedding</i> tanpa mengganggu konsumen yang datang ke restoran.
Apakah Nana Heritage Kitchen and Gallery memiliki website sendiri untuk media promosi dan melakukan reservasi?	Belum.
<b>b. Advertising/Iklan</b>	
Bagaimana proses iklan yang berlangsung di Nana Heritage Kitchen and Gallery?	Melalui <i>Instagram</i> , <i>facebook</i> , <i>TikTok</i> . Serta bekerja sama dengan <i>Gofood</i> , <i>Grabfood</i> , <i>Shopeefood</i>
Media apa saja yang digunakan oleh Nana Heritage Kitchen and Gallery dalam proses iklan? ( <i>offline/online</i> )	<i>Online</i> : <i>Instagram</i> , <i>Facebook</i> , <i>TikTok</i> <i>Offline</i> : <i>sponsorship</i>
Siapa target audiencenya dari periklanan yang dilakukan?	Keluarga, mahasiswa, pekerja
Apakah Nana Heritage Kitchen and Gallery berkolaborasi dengan <i>influencer</i> ? Apakah ada rentang waktu seperti berapa bulan sekali? Dan apa kelebihan serta kekurangan jika berkolaborasi?	Ya, saat ada <i>moment</i> tertentu, keuntungannya dapat lebih mengingatkan masyarakat mengenai merek.
Bagaimana kelebihan dan kekurangan dari iklan yang sudah ada?	Kelebihan : bisa mendapatkan jangkauan audiens diluar <i>followers</i> jika bekerjasama dengan <i>influencer</i> .

	Kekurangan : belum adanya tolok ukur untuk <i>revenue</i> dan <i>sales</i> mengenai jumlah jangkauan luas.
<b>c. Sales Promotion</b>	
Bagaimana <i>Sales Promotion</i> yang dilakukan oleh Nana Heritage Kitchen and Gallery?	Mengadakan promo pada <i>Gofood</i> , <i>Grabfood</i> , <i>Shopeefood</i> . Serta <i>package</i> untuk <i>dine-in</i> .
Seberapa sering Nana Heritage Kitchen and Gallery mengadakan <i>Sales Promotion</i> ?	Setiap bulan.
<b>d. Personal Selling</b>	
Bagaimana proses <i>personal selling</i> yang dilakukan oleh Nana Heritage Kitchen and Gallery?	<i>Reach Out client</i> melalui <i>whatsapp</i> , mendatangi langsung secara <i>personal</i> seperti <i>company to company</i> .
Apakah Nana Heritage Kitchen and Gallery melakukan <i>training</i> terlebih dahulu kepada karyawannya dalam melayani konsumen yang datang?	Ya.
<b>e. Public Relation/Publicity</b>	
Dalam hubungan dengan masyarakat dan publisitasnya, aktivitas apa yang dilakukan agar dapat membangun kesadaran merek Nana Heritage Kitchen and Gallery?	Bekerjasama gitu, <i>collab</i> sama <i>local business</i> , <i>local school</i> .
Apakah Nana Heritage Kitchen and Gallery rutin melakukan acara-acara yang terbuka untuk umum melibatkan masyarakat atau tidak?	Ya.

<b>f. Direct Marketing</b>	
Apakah Nana Heritage Kitchen and Gallery melakukan aktivitas pemasaran langsung kepada para konsumennya?	Ya.
Bagaimana proses pemasaran langsung yang digunakan oleh Nana Heritage dalam menjangkau konsumennya?	Menggunakan media <i>whatsapp</i> , <i>Instagram</i> untuk <i>reach</i> konsumen.
Seberapa pentingkah pemasaran langsung menurut Ibu?	Sangat penting.
<b>g. Online/Social Media Marketing</b>	
Dalam pemasarannya, melalui media apa saja yang digunakan saat melakukan promosi?	<i>Instagram, facebook, TikTok.</i>
<b>h. Mobile Marketing</b>	
Apakah Nana Heritage Kitchen and Gallery menggunakan media promosi lain?	Hanya menggunakan <i>Instagram, facebook, TikTok.</i>

TABEL 5

## REDUKSI DATA WAWANCARA KONSUMEN

Pertanyaan	Jawaban	
<b>Bauran Promosi</b>		
<b>a. Advertising/Iklan</b>		
Darimana anda mengetahui Nana	<b>Informan 1:</b> <i>TikTok dan Instagram,</i> teman.	<b>Informan 2:</b> Instagram.

Heritage Kitchen and Gallery Bandung?	<b>Informan 3:</b> <i>Instagram, TikTok.</i>	<b>Informan 4:</b> <i>Instagram</i>
	<b>Informan 5:</b> <i>Instagram</i>	
Menurut anda bagaimana promosi iklan pada sosial media seperti <i>Instagram/tiktok/facebook</i>	<b>Informan 1:</b> Iklan sudah cukup menarik perhatian dan sangat informatif juga.	<b>Informan 2:</b> Media sosial cukup informatif.
Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung?	<b>Informan 3:</b> Di <i>Instagram</i> yang cukup aktif dan informatif.	<b>Informan 4:</b> <i>Instagram</i> sudah bagus.
	<b>Informan 5:</b> <i>Instagram Ads.</i>	
<b>b. Sales Promotion</b>		
Apakah anda pernah tertarik dengan berbagai promosi yang ditawarkan oleh Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung?	<b>Informan 1:</b> Ya, saya tertarik.	<b>Informan 2:</b> Ya saya tertarik.
	<b>Informan 3:</b> Ya, saya tertarik.	<b>Informan 4:</b> Ya, saya tertarik.
	<b>Informan 5:</b> Ya, saya tertarik.	
Apakah promosi penjualan yang dilakukan Nana Heritage Kitchen and Gallery menjadi alasan anda untuk mengonsumsi produknya?	<b>Informan 1:</b> Ya	<b>Informan 2:</b> Ya
	<b>Informan 3:</b> Ya.	<b>Informan 4:</b> Ya.
	<b>Informan 5:</b> Ya.	
	<b>Informan 1:</b> <i>Instagram.</i>	<b>Informan 2:</b> <i>Instagram.</i>

Darimanakah anda mengetahui promosi tersebut?	<b>Informan 3:</b> <i>Instagram.</i>	<b>Informan 4:</b> <i>Instagram, TikTok.</i>
	<b>Informan 5:</b> <i>Instagram.</i>	
<b>c. <i>Personal Selling</i></b>		
Bagaimana <i>first impression</i> ketika datang ke Nana Heritage Kitchen and Gallery?	<b>Informan 1:</b> Cukup baik sih setelah datang <i>staffnya</i> melayani dengan baik.	<b>Informan 2:</b> Tempatnya enak, nyaman dan luas juga, <i>staffnya</i> ramah juga.
	<b>Informan 3:</b> Ramah, <i>cozy place.</i>	<b>Informan 4:</b> Ramah, cepat.
	<b>Informan 5:</b> Terlihat Oke.	
Apakah seluruh karyawan yang ada di Nana Heritage Kitchen and Gallery sudah menguasai <i>product knowledge</i> ?	<b>Informan 1:</b> Ya.	<b>Informan 2:</b> Ya.
	<b>Informan 3:</b> Ya.	<b>Informan 4:</b> Ya.
	<b>Informan 5:</b> Saya meragukan.	
<b>d. <i>Public Relation/Publicity</i></b>		
Apakah anda pernah melihat publikasi yang dilakukan oleh Nana Heritage Kitchen and Gallery?	<b>Informan 1:</b> Ya.	<b>Informan 2:</b> Ya.
	<b>Informan 3:</b> Ya.	<b>Informan 4:</b> Ya.
	<b>Informan 5:</b> Ya.	
Apakah anda mengetahui kegiatan atau <i>event</i> yang	<b>Informan 1:</b> Belum pernah tahu.	<b>Informan 2:</b> Tahu dari <i>Instagram.</i>

Nana Heritage Kitchen and Gallery laksanakan?	<b>Informan 3:</b> Dari <i>Instagram</i> dan <i>internet</i> .	<b>Informan 4:</b> Dari <i>Instagram</i> .
	<b>Informan 5:</b> Belum pernah lihat.	
Bagaimana menurut anda kegiatan atau <i>event</i> yang dilaksanakan?	<b>Informan 1:</b> Kurang tahu.	<b>Informan 2:</b> Dapat memberi keuntungan.
	<b>Informan 3:</b> Belum pernah lihat.	<b>Informan 4:</b> Kalo untuk publik saya belum tahu ya pernah ada atau engga.
	<b>Informan 5:</b> Belum pernah merasakan.	
<b>e. <i>Direct Marketing</i></b>		
Apakah anda pernah merasakan pemasaran secara langsung atau di hubungi langsung oleh Nana Heritage Kitchen and Gallery?	<b>Informan 1:</b> Belum pernah dihubungi langsung oleh pihak Nana Heritage Kitchen and Gallery.	<b>Informan 2:</b> Belum pernah dihubungi langsung oleh pihak Nana Heritage Kitchen and Gallery.
	<b>Informan 3:</b> Belum pernah dihubungi langsung oleh pihak Nana Heritage Kitchen and Gallery.	<b>Informan 4:</b> Kalo saya merasakan pemasaran secara langsung pelayannya

	<b>Informan 5:</b> Belum pernah dihubungi langsung oleh pihak Nana Heritage Kitchen and Gallery.	
<b>f. <i>Online/Social Media Marketing</i></b>		
Menurut anda bagaimana media sosial yang digunakan oleh Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung?	<b>Informan 1:</b> Cukup aktif.	<b>Informan 2:</b> Aktif dan selalu <i>up to date</i> .
	<b>Informan 3:</b> Cukup informatif.	<b>Informan 4:</b> Sudah bagus dan sering <i>update</i> .
	<b>Informan 5:</b> Sudah cukup menarik.	
<b>g. <i>Mobile Marketing</i></b>		
Menurut anda apakah untuk menjangkau Nana Heritage Kitchen and Gallery mudah dilakukan karena informasi yang telah tercantum di internet?	<b>Informan 1:</b> Benar.	<b>Informan 2:</b> Iya.
	<b>Informan 3:</b> Iya, informatif.	<b>Informan 4:</b> Cukup lengkap.
	<b>Informan 5:</b> Betul, semua informasi sudah lengkap ada di berbagai sumber seperti <i>google, Instagram</i> .	

<b>Model AISAS</b>			
<b><i>a. Attention</i></b>			
Darimana anda mengetahui Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung?	<b>Informan 1:</b> Dari teman dan media sosial seperti <i>TikTok</i> dan <i>Instagram</i> .	<b>Informan 2:</b> Dari <i>Instagram</i> .	
	<b>Informan 3:</b> Dari <i>Instagram</i> dan <i>TikTok</i> .	<b>Informan 4:</b> Dari teman saya.	
	<b>Informan 5:</b> Dari <i>Instagram</i> , <i>TikTok</i> , dan <i>Google</i> . Karena pernah lewat juga di <i>Instagram Ads</i> .		
<b><i>b. Interest</i></b>			
Apakah anda datang ke Nana Heritage Kitchen and Gallery karena melihat orang lain datang ke Nana Heritage Kitchen and Gallery?	<b>Informan 1:</b> Ya.	<b>Informan 2:</b> Ya.	
	<b>Informan 3:</b> Ya.	<b>Informan 4:</b> Ya.	
	<b>Informan 5:</b> Ya.		
<b><i>c. Search</i></b>			
Sebelum datang ke Nana Heritage Kitchen and Galley, apakah anda mencari informasi mengenai Nana Heritage Kitchen and Gallery terlebih dahulu?	<b>Informan 1:</b> Ya.	<b>Informan 2:</b> Ya.	
	<b>Informan 3:</b> Ya.	<b>Informan 4:</b> Ya.	
	<b>Informan 5:</b> Ya.		

<b><i>d. Action</i></b>		
Apa yang membuat anda datang dan mengonsumsi makanan dan minuman di Nana Heritage Kitchen and Gallery?	<b>Informan 1:</b> Melihat video pada media sosial yang isinya rekomendasi makanan dan minuman di Nana Heritage Kitchen and Gallery.	<b>Informan 2:</b> Karena dari iklan di <i>Instagram</i> .
	<b>Informan 3:</b> Promosi dan iklannya yang ada di <i>Instagram</i> .	<b>Informan 4:</b> Saya melihat teman sekelas saya sedang makan malam di Nana Heritage.
	<b>Informan 5:</b> Saya lihat dari <i>Instagram</i> .	
Berapa kali anda berkunjung ke Nana Heritage Kitchen and Gallery?	<b>Informan 1:</b> Satu kali.	<b>Informan 2:</b> Dua kali.
	<b>Informan 3:</b> Satu kali.	<b>Informan 4:</b> Satu kali.
	<b>Informan 5:</b> Satu kali.	
<b><i>e. Share</i></b>		
Apakah anda membagikan/menyebar luaskan informasi mengenai merek Nana Heritage Kitchen and	<b>Informan 1:</b> Ya.	<b>Informan 2:</b> Ya.
	<b>Informan 3:</b> Ya.	<b>Informan 4:</b> Ya.
	<b>Informan 5:</b>	

Gallery kepada keluarga, kerabat dan teman?	Ya.	
<b>Brand Awareness</b>		
<b>a. Unaware Of Brand</b>		
Apakah Anda pernah mendengar tentang Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung sebelumnya?	<b>Informan 1:</b> Sebelumnya saya belum pernah mendengar Nana Heritage Kitchen and Gallery.	<b>Informan 2:</b> Saya belum pernah mendengar restoran ini sebelumnya.
	<b>Informan 3:</b> Sebelumnya saya memang tidak pernah mendengar mengenai Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung.	<b>Informan 4:</b> Sebelumnya saya belum pernah mendengar.
	<b>Informan 5:</b> Saya belum mengetahui sebelumnya.	
<b>Brand Recognition</b>		
Apa yang membuat Anda tahu bahwa suatu iklan atau materi promosi berasal dari Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung?	<b>Informan 1:</b> Penggunaan <i>username</i> dengan nama restoran tersebut dan juga menggunakan logo.	<b>Informan 2:</b> Penyebutan merek mereka dan juga pada media sosial yang mereka gunakan yaitu dengan nama Nana Heritage.
	<b>Informan 3:</b> Kemunculan nama restoran tersebut dan foto profil juga menggunakan logo restoran.	<b>Informan 4:</b> Nama Nana Heritage yang tertera pada sebuah iklan promosi baik yang disampaikan langsung oleh restoran ataupun <i>influencer</i> .
	<b>Informan 5:</b>	

	Karena dari logo dan namanya yang tertera pada iklan promosi.	
<b>Brand Recall</b>		
Apakah anda percaya dengan merek dari Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung? Apa yang anda rasakan ketika dilayani dan mengonsumsi makanan dan minuman disana?	<b>Informan 1:</b> Percaya.	<b>Informan 2:</b> Saya percaya.
	<b>Informan 3:</b> Cukup percaya.	<b>Informan 4:</b> Saya percaya.
	<b>Informan 5:</b> Saya cukup percaya.	
<b>Top Of Mind</b>		
Jika ditanya oleh seseorang tentang restoran/tempat <i>hangout</i> apakah anda akan menyebutkan Nana Heritage Kitchen atau tidak? Dan alasannya apa?	<b>Informan 1:</b> Mungkin untuk pertama kali saya sebutkan bukan merek Nana Heritage Kitchen and Gallery.	<b>Informan 2:</b> Saya mempertimbangkan kembali.
	<b>Informan 3:</b> Akan menyebutkan beberapa restoran tidak hanya Nana Heritage.	<b>Informan 4:</b> Nana Heritage akan menjadi salah satu rekomendasi tempat .
	<b>Informan 5:</b> Akan menyebutkan beberapa merek lain sebelum menyebutkan Nana Heritage Kitchen and Gallery.	

Sumber: Olahan Penulis, 2023

b. Observasi Lapangan

Melakukan pengamatan di lapangan adalah kegiatan yang dilakukan ketika pemahaman indera sudah sepenuhnya terbentuk. Pengamatan dapat dilakukan dengan atau tanpa kehadiran informan. (Ardianto, 2016) peneliti mengunjungi lokasi yang dituju untuk melakukan penelitian dan mengamati

keadaan disana untuk mendapatkan informasi yang lebih tepat. Dalam melakukan pengamatan diperlukan memperhatikan aspek-aspek berikut:

- a. Perilaku dari peneliti
- b. Lamanya waktu selama kegiatan pengamatan
- c. Keterlibatan peneliti
- d. Fokus pada observasi

Menurut peneliti melakukan pengamatan langsung ke Nana Heritage Kitchen and Gallery Bandung yang bertujuan untuk memperoleh informasi terperinci mengenai masalah yang ada. Dengan melakukan observasi secara langsung, data yang diperoleh dapat membantu dalam menyusun hasil penelitian.

c. Data Sekunder

Untuk mendapatkan informasi melalui data sekunder, digunakan data yang telah ada sebelumnya. Sumber informasi dapat ditemukan dalam bentuk dokumen dari perusahaan, internet, media, atau publikasi yang diterbitkan oleh pemerintah (Sugiyono, 2013) . Didukung oleh (Yulika et al., 2022) data sekunder merupakan data primer yang sudah diolah dan menyajikannya dengan format tabel atau grafik yang dilakukan oleh pengumpul data primer atau pihak lain. Maka metode yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data sekunder adalah sebagai berikut:

a. Studi Pustaka

Peneliti menggunakan studi pustaka dengan melalui referensi buku, jurnal, *e-book*, *internet* yang berkaitan dengan strategi promosi dalam membangun *brand awareness*.

b. Dokumentasi

Metode pengumpulan secara dokumentasi telah peneliti dapatkan yaitu sebagai berikut :

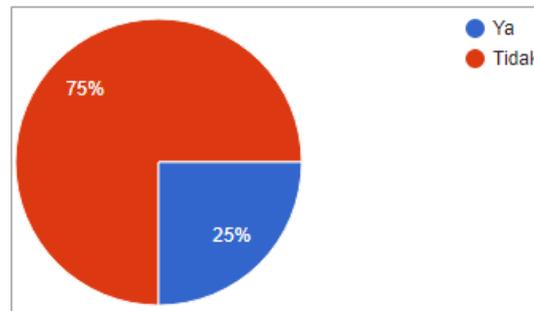
**TABEL 6**  
**REVENUE PENJUALAN DAN SISTEM OPERASIONAL TAHUN 2019-2023**

Tahun / Deskripsi	2019 (Sebelum Covid)	2020-2022 (Masa PPKM)	2022-2023 (Masa Pengurangan PPKM)
Revenue	150 juta++ / bulan	10 – 15 juta/ bulan	120 – 130 juta/bulan
Sistem Operasional	70% dine in, 30% delivery	100% delivery	70% dine in, 30% delivery

Sumber : Karyawan Nana Heritage Kitchen and Gallery, 2023

Peneliti memfokuskan fenomena yang terjadi pada masa pengurangan masa PPKM yaitu pada tahun 2022-2023 pada penelitian ini. Dari penjelasan yang telah dijelaskan pada latar belakang, suatu pra-survei dilakukan untuk mengevaluasi *Brand Awareness* Nana Heritage Kitchen and Gallery dengan mendistribusikan kuesioner kepada 40 responden. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner tersebut, didapatkan data bahwa 25% atau sebanyak 10 responden menyatakan mengenal merek Nana Heritage Kitchen and Gallery, sementara 75% atau sebanyak 30 responden menyatakan tidak mengenal merek tersebut.

**GAMBAR 5**  
**PRA-SURVEY EVALUASI *BRAND AWARENESS* NANA HERITAGE  
KITCHEN AND GALLERY**



Sumber : Olahan Data Penulis, 2023

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengumpulan informasi terdiri dari dua teknik, yakni teknik primer dan sekunder. Informasi awal diperoleh melalui interaksi tatap muka atau wawancara, di mana peneliti akan memperoleh pengetahuan tentang cara membangun *brand awareness* melalui penerapan bauran promosi yang dilakukan oleh Nana Heritage Kitchen and Gallery. Dalam penelitian ini akan diperoleh sumber data melalui dokumentasi dan pengkajian literatur yang bersumber dari buku, jurnal, dan foto guna mendukung teori yang relevan.

### **B. Teknik Analisis Data**

Tujuan analisis data adalah untuk mendapatkan data atau informasi yang diperlukan (Sugiyono, 2013). Saat melakukan analisis data, ada tiga faktor yang harus diperhatikan saat menganalisis data yang terkumpul, yaitu penyusutan data, menampilkan data, dan membuat simpulan ringkas. Di bawah ini adalah penjelasan lebih lanjut:

1. Reduksi Data (*condensation*)

Reduksi data yaitu metode seleksi, penekanan, , abstraksi, atau transformasi data yang terhimpun dari pengamatan lapangan dalam bentuk tertulis seperti wawancara, transkripsi, dan dokumen. Proses ini bertujuan untuk meningkatkan ketepatan hasil data.

2. Penyajian Data (*data display*)

Ketika menyajikan data, langkah yang diambil adalah untuk mengungkapkan data-data yang didapatkan melalui deskripsi dan juga hubungan antara kategori-kategorinya.

3. Kesimpulan dan Verifikasi (*conclusion drawing*)

Secara kesimpulannya, dianjurkan untuk memperoleh pemahaman tentang makna, susunan urutan, penjabaran, dan hubungan sebab-akibat yang mungkin terjadi berdasarkan pada telaah teori yang diterapkan.

#### **A. Pengujian Keabsahan Data**

Menurut (Sugiyono, 2013) ada beberapa langkah dalam pengujian keabsahan data yang kemudian mempunyai makna dan tujuan tersendiri dalam menentukan keabsahan data yang didapatkan berikut ini penjelasannya:

1. Uji Kredibilitas

Pada fase ini informasi - informasi yang didapat dari studi melalui perluasan pengamatan, peningkatan keterampilan, dan konfirmasi data.

- a. Perpanjangan Pengamatan

Melakukan proses perpanjangan berguna untuk menilai seberapa besar data yang diperoleh. Setelah dicek sekali lagi, apakah informasi yang diperoleh sudah cocok dengan yang terjadi di lapangan. Jika selama ini hasil yang didapat dari sumber data tidak akurat, perlu dilakukan pengamatan kembali yang lebih komprehensif dan mendalam. Dengan memperpanjang masa pengamatan atau periode pengamatan, maka akan terjalin hubungan harmonis, saling terbuka, dan saling percaya antara peneliti dan subjek penelitian.

b. Peningkatan Ketekunan

Peningkatan Ketekunan berarti para peneliti akan melihat secara berbeda yaitu dengan lebih hati-hati dan dengan berkepanjangan. Penelitian kualitatif membutuhkan peningkatan ketelitian, peneliti harus melakukan pengecekan kembali apakah hasil penelitiannya tepat atau terdapat ketidakakuratan. Apabila dilakukan pengecekan ulang dan ditemukan ketidakakuratan, maka peneliti dapat memperbaiki data sehingga kesalahan dapat dikoreksi dengan tepat.

c. Triangulasi

Triangulasi merujuk pada penggunaan berbagai sumber untuk mengecek data dengan cara mengulang dari hasil pengamatan lapangan, pencatatan data yang terkumpul, melakukan penelitian melalui literatur, serta berdiskusi dengan informan yang relevan. Konsep triangulasi dapat dijelaskan dengan berbagai metode, sumber, dan periode waktu, yaitu :

### 1) Triangulasi Sumber

Mengumpulkan informasi dari berbagai sumber dengan melakukan verifikasi dari sumber-sumber yang berbeda disebut triangulasi. Hal ini dilakukan dengan mengecek ulang informasi yang diperoleh dari sumber yang telah diwawancarai atau diteliti. Dengan demikian, data yang diperoleh menjadi lebih akurat.

### 2) Triangulasi Teknik

Teknik triangulasi dapat diartikan sebagai kumpulan berbagai informasi, yang dilakukan oleh peneliti dengan cara melakukan pengecekan sumber data yang sama dengan menerapkan metode yang berbeda. Sebagai contoh, peneliti dapat mengumpulkan data melalui wawancara, kemudian melakukan pengecekan melalui dokumen atau melakukan penelitian lapangan secara langsung.

### 3) Triangulasi Waktu

Proses pengumpulan informasi harus disesuaikan dengan kondisi narasumber. Peneliti harus memilih waktu yang tepat ketika narasumber masih segar dan bersemangat untuk memberikan informasi yang dibutuhkan. Wawancara yang dilakukan pada pagi hari akan menghasilkan data yang akurat dan dapat dipercaya.

## **B. Jadwal Penelitian**

Peneliti memiliki jadwal yang telah direncanakan selama sekitar empat bulan selama tahap pengerjaan Proyek Akhir. Dengan data yang diperoleh dari

Nana Heritage Kitchen and Gallery sesuai dengan persyaratan yang telah disetujui oleh pihak Nana Heritage Kitchen and Gallery. Adapun jadwal penelitian yang akan dilakukan adalah:

**TABEL 7**  
**JADWAL PENELITIAN**

No.	Kegiatan	Feb				Mar				Apr				Mei				Jun				Jul		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	Persiapan																							
	a. Pengajuan dan Observasi Lokus	■	■																					
	b. Penyusunan TOR		■	■																				
	c. Pengajuan Judul dan Dosen Pembimbing(TOR)			■	■	■	■																	
	d. Penyusunan Proposal					■	■	■	■	■	■	■												
	e. Pengumpulan Proposal												■	■										
	f. Sidang Proposal													■	■									
2	Pelaksanaan																							
	a. Pengumpulan Data				■	■	■	■	■	■	■													
	b. Analisis Data										■	■	■	■										
	c. Penyusunan PA													■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
3	Tahap Akhir																							
	a. Sidang Proyek Akhir																						■	

Sumber: Olahan Penulis, 2023