

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan dengan pendekatan kualitatif. Definisi dari metode penelitian itu sendiri adalah: “metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu” (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2014, p. 2). Sedangkan metode deskriptif adalah: “suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena kalau variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen)” (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, 2014, p. 53).

Menurut Sugiyono (2014:9) penelitian kualitatif adalah: “metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasinya”.

Sebagian besar penelitian kualitatif digunakan untuk penelitian di bidang sosial. Penelitian kualitatif tidak memperoleh hasil penelitiannya dari metode statistik atau kuantitatif. Untuk memahami suatu fenomena tertentu, biasanya penulis menggunakan pendekatan naturalistik. Dengan menggunakan penelitian kualitatif, penulis berharap mendapat pemahaman dan pencerahan terhadap fenomena dan ekstrapolasi dalam situasi yang sama. Penelitian ini tidak menggunakan statistik melainkan melalui pengumpulan data dan analisis, kemudian di interpretasikan (Anggito & Setiawan, S.Pd., 2018, p. 9).

Alasan peneliti menggunakan metode penelitian dan pendekatan tersebut karena sesuai dengan tujuan dan sifat peneliti yang ingin memperoleh pemahaman dan gambaran yang nyata mengenai *promotion mix* dari perspektif partisipan yang telah berpengalaman dan menerapkannya di perusahaan mereka. Kemudian, data tersebut dianalisis berdasarkan kenyataan dan teori yang ada.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di perusahaan *Panorama Hospitality Management* Jakarta yang berlokasi di Gedung Panorama, Jl. Tomang Raya No.63, RT.2/RW.13, Tomang, Kec. Grogol Petamburan, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta. Penelitian ini dilakukan selama peneliti melakukan magang, selama bulan Januari sampai dengan Juli 2019.

3.3 Variabel Penelitian

Definisi dari Variabel Penelitian menurut (Sugiyono, 2016, p. 38) adalah sebagai berikut :

“Variabel Penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”.

Berdasarkan hubungan antar variabel, maka penelitian ini menggunakan Variabel Independen (bebas) dan Variabel Dependen (terikat). Variabel Bebas menurut Sugiyono (2016:29) adalah: “variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat”. Dalam penelitian ini, yang menjadi Variabel Bebas (X) adalah *brand awareness* atau kesadaran merek dari *brand* perusahaan *Panorama Hospitality Management*.

Sedangkan Variabel Terikat menurut Sugiyono (2016:59) adalah: “variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Sehingga yang menjadi Variabel Terikat (Y) dalam penelitian ini adalah *promotion mix* atau

bauran promosi yang digunakan dan dilakukan oleh pihak *Panorama Management Hospitality* yang terdiri dari 5 sub-variabel, yaitu :

- a. *Advertising* (Periklanan)
- b. *Sales promotion* (Promosi penjualan)
- c. *Direct marketing* (Pemasaran langsung)
- d. *Personal selling* (Penjualan pribadi)
- e. *Public relations* (Publisitas)

Variabel Penelitian ini menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, sub-variabel dan indikatornya. Maka variabel tersebut perlu dijabarkan lebih mendalam. Penjabarannya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 3.1 Variabel, Sub-Variabel, dan Indikator Penelitian

Variabel	Sub-Variabel	Indikator
<i>Promotion Mix</i>	<i>Advertising</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan kegiatan promosi dalam menyebarkan dan mengenalkan produk usaha - Memanfaatkan media yang digunakan
	<i>Sales Promotion</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis promosi yang dilakukan oleh perusahaan - Kegiatan promosi yang telah dilakukan
	<i>Direct Marketing</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Promosi yang dilakukan menarik perhatian masyarakat - Respon masyarakat terhadap promosi yang telah dilakukan
	<i>Personal Selling</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Faktor-faktor yang mendukung kegiatan <i>personal selling</i> - Kegiatan <i>personal selling</i> yang dilakukan sudah efektif

	<i>Public Relations</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Perusahaan berperan aktif dalam kegiatan sosial - Perusahaan melakukan kolaborasi dengan pihak lain dalam bentuk <i>sponsorship</i>
<i>Brand Awareness</i>		<ul style="list-style-type: none"> - Cara agar masyarakat mengetahui dan mengenal <i>brand</i> dari perusahaan

3.4 Tahap-tahap Penelitian

Tahap-tahap untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh *promotion mix* terhadap *brand awareness* yang dilakukan oleh pihak *Panorama Hospitality Management* terbagi menjadi 3 tahap, antara lain :

3.4.1 Persiapan

Sebelum melakukan penelitian, peneliti perlu melakukan persiapan agar proses memperoleh data berjalan baik dan lancar. Kegiatan persiapan tersebut adalah :

1. Menyusun rumusan masalah dari permasalahan yang ada.
2. Menentukan lokasi pelaksanaan penelitian.
3. Menangani berbagai perizinan.
4. Meninjau atau memeriksa keadaan lokasi.
5. Menentukan dan memanfaatkan narasumber.
6. Mempersiapkan perlengkapan untuk melakukan penelitian.

3.4.2 Kegiatan Lapangan

Tahapan penelitian dalam kegiatan lapangan adalah sebagai berikut :

1. Memahami dan masuk dalam lingkungan lapangan (latar penelitian, penampilan, pengenalan hubungan peneliti, durasi waktu studi).
2. Berperan aktif dalam kegiatan (pengumpulan data).

3.4.3 Pengolahan Data

Setelah memperoleh data, peneliti melakukan tahap pengolahan data antara lain :

1. Menganalisis dan menafsirkan data yang telah diperoleh.
2. Membuat kesimpulan dan melakukan verifikasi data.
3. Menulis hasil penelitian dalam bentuk laporan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono menjelaskan bahwa “teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling penting, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk memperoleh data. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan teknik observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dan dokumentasi” (Sugiyono, 2015, p. 193). Namun teknik untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah :

3.5.1 Interview (wawancara)

Wawancara menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015:72) adalah: “pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu”. Tahap-tahap dalam melakukan pengumpulan data menggunakan teknik ini adalah sebagai berikut :

1. Menyusun daftar pertanyaan sebagai pedoman dalam melakukan wawancara.
2. Memilih informan yang berpengalaman.
3. Menentukan waktu dan lokasi untuk melakukan wawancara.
4. Melaksanakan kegiatan wawancara.
5. Melakukan dokumentasi.
6. Memastikan data yang didapat dari proses wawancara sesuai dengan yang dibutuhkan.
7. Mencatat dan merekap hasil dari kegiatan wawancara.

3.5.2 Observasi (pengamatan)

Pengertian observasi menurut Sugiyono adalah: “observasi merupakan kegiatan pemuatan penelitian terhadap suatu objek. Teknik pengumpulan data ini memiliki ciri yang lebih spesifik dibandingkan dengan teknik wawancara dan kuesioner. Observasi tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis sehingga disebut sebagai suatu proses yang kompleks” (Sugiyono, 2014). Dalam proses mengumpulkan data, observasi terbagi dua, yaitu partisipan dan non-partisipan. Dalam penelitian ini, jenis observasi yang dipakai oleh peneliti adalah non-partisipan dengan mengamati dan mencatat hal-hal penting dan sesuai untuk dijadikan data dalam penelitian ini. Observasi dilakukan dengan mengamati kegiatan *promotion mix* yang dilakukan oleh pihak *Panorama Hospitality Management* melalui *website* dan sosial media yang juga berpengaruh terhadap *brand awareness* perusahaan tersebut.

Menurut Sugiyono (2015:137), jenis data terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer didefinisikan sebagai berikut :

“Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data primer didapat dari kegiatan wawancara dengan pihak *Panorama Hospitality Management* yang memiliki peran dalam kegiatan *promotion mix*. Kemudian dianalisa dan dijabarkan oleh peneliti dalam bentuk tulisan.

Sedangkan menurut Sugiyono (2015:137) data sekunder adalah :

“Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data sekunder didapat dari kegiatan observasi terhadap perkembangan pengunjung *website* dan jumlah *follower* di sosial media yang digunakan oleh *Panorama Hospitality Management*.

3.6 Analisis Data

Sugiyono (2014:206) memberi pengertian bahwa “analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan”.

Setelah melakukan proses pengumpulan data dengan teknik wawancara dan observasi, maka seluruh data yang telah terkumpul ditelaah, dianalisis, diolah serta diambil kesimpulannya. Teknik yang dipakai untuk menganalisis data adalah analisis data kualitatif karena data yang diperoleh berupa keterangan dan teks. Teknik analisis tersebut antara lain :

3.6.1 Reduksi Data

Reduksi data adalah proses analisis dengan memilah dan menyederhanakan data kasar menjadi informasi yang akurat dan sesuai dengan yang dibutuhkan. Proses ini juga merupakan proses merangkum dan membuang data yang tidak diperlukan sehingga menjadi lebih fokus dan spesifik sebelum ditarik kesimpulan dan diverifikasi.

3.6.2 Penyajian Data

Penyajian data adalah rangkaian informasi yang tersusun secara sistematis sehingga mempermudah peneliti dalam mengambil kesimpulan dan tindakan. Dalam proses ini, peneliti menguraikan informasi yang didapat dari proses wawancara dan observasi dalam bentuk naratif.

3.6.3 Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan langkah terakhir dalam analisis data. Sugiyono (2015:252) menyatakan bahwa:

“Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori”.

Dalam proses ini, peneliti mengambil atau mengutip kesimpulan sesuai dari hasil uraian informasi yang sudah dipilah dan disederhanakan di tahap sebelumnya, sehingga permasalahan dalam penelitian ini dapat terungkap dan diselesaikan.

