

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian dapat diartikan sebagai proses pengumpulan informasi untuk di analisis, dengan tujuan menambah wawasan atau pemahaman peneliti tentang suatu pembahasan.<sup>34</sup> Pada dasarnya, metode penelitian merupakan cara untuk memperoleh data dengan kegunaan dan tujuan masing-masing. Terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yakni data, cara ilmiah, kegunaan, dan tujuan.<sup>35</sup> Oleh karena itu, fokus dan tujuan penulis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Seperti yang dikatakan Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Lexy J Moleong, “*metodologi kualitatif*” merupakan prosedur penelitian yang akan menampilkan data deskriptif yang berupa tulisan dengan pemahaman secara mendalam terhadap objek yang diteliti. Sehingga baik data yang berupa tulisan, pengamatan, hingga lisan pihak-pihak yang terkait akan dijelaskan dalam bentuk kata-kata dengan pembahasan secara rinci dan lengkap.<sup>36</sup>

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena penulis ingin mendeskripsikan serta memberikan gambaran fakta terkait strategi komunikasi pemasaran pada *brand fashion* muslimah Elzatta Kediri dalam menarik minat pelanggan. Selain itu, menurut Bogdan dan Biklen memberikan penjelasan terkait karakteristik dari penelitian kualitatif, yaitu: (1) bersifat alami, (2) data yang

---

<sup>34</sup> Imam Gunawan. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013. Hal. 79

<sup>35</sup> Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hal. 2

<sup>36</sup> J Lexy and Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cet. 18 (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2002), Hal. 17

disajikan berupa kata-kata atau deskriptif bukan angka, (3) analisis data bersifat induksi, dan (4) penelitian kualitatif memiliki makna yang sangat penting.

## **B. Kehadiran Peneliti**

Kehadiran peneliti pada penelitian ini adalah sebagai analisator dan pengamat objek yang diteliti dari penggalian data pustaka yang terkumpul. Kehadiran peneliti dilapangan sangat penting dan dibutuhkan, karena menjadi kunci sebagai metode mengumpulkan informasi. Dalam eksplorasi subjektif, kehadiran peneliti ataupun bantuan orang lain merupakan alat pengumpulan informasi yang utama.

Oleh karena itu dalam penelitian ini, peneliti langsung terjun ke lokasi untuk memantau, memperhatikan, dan mengumpulkan informasi yang dibutuhkan. Adapun, data-data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data terkait strategi komunikasi pemasaran dalam menarik minat pelanggan yang dijalankan *Owner* gerai Elzatta Kediri.

## **C. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian merupakan tempat yang berkenaan dengan permasalahan atau problematika penelitian, serta termasuk dalam jenis sumber data yang akan digunakan peneliti.<sup>37</sup> Lokasi yang dilakukan penelitian ini adalah mengamati di gerai atau *store* Elzatta Kediri, Jalan Joyoboyo No. 15B Dandangan, Kota Kediri, Jawa Timur. Karena Elzatta Kediri merupakan salah satu cabang dari *brand fashion* muslimah terkenal di Indonesia yang tetap eksis hingga saat ini. Sehingga peneliti berharap, mampu menggali informasi lebih dalam strategi komunikasi pemasaran

---

<sup>37</sup> Sutopo. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press. Hal.52

dalam menarik minat pelanggan yang diterapkan gerai Elzatta Kediri hingga mampu bertahan sampai saat ini.

#### **D. Sumber Data**

Data penelitian kualitatif yang dilakukan oleh peneliti berasal dari semua pihak internal gerai Elzatta Kediri. Sumber utama dalam penelitian ini berasal dari wawancara lisan informan yang terkait.

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

Sumber data primer berasal dari pengamatan dan wawancara secara mendalam terhadap informan yang bersangkutan atau berkaitan dalam penelitian. Pencarian informasi atau sumber data yang utama adalah melalui wawancara atau pengamatan secara langsung. Adapun hasil dari wawancara tersebut, akan diseleksi oleh peneliti berdasarkan kriteria tertentu guna mencapai tujuan penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini, yaitu:

- a. Lifiya Sandra selaku *Owner*
- b. Karyawan Elzatta Kediri sebanyak 5 orang
- c. Pelanggan Elzatta Kediri

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang sengaja dikumpulkan oleh peneliti dari sumber yang sudah ada sebelumnya tanpa terjun langsung ke lapangan. Bentuk data sekunder berupa buku-buku, jurnal, skripsi terdahulu, dan situs-situs yang memuat informasi yang berkaitan dengan penelitian. Informasi pembantu seperti *website*, media sosial, dan *pers online* yang dimiliki oleh gerai Elzatta Kediri sesuai dengan judul peneliti. Subjek yang digunakan peneliti untuk

mencari informasi yakni tujuan yang digunakan perusahaan demi menemukan titik fokus masalah.

Dalam menentukan subjeknya, penelitian ini memakai prosedur *purposive sampling*, yakni teknik pengutipan sampel sumber data dengan mempertimbangkan aspek tertentu. Seperti, orang yang paling mengerti tentang fokus penelitian yang diharapkan atau *owner* yang nantinya memudahkan peneliti mencari objek.

## **E. Prosedur Pengumpulan Data**

### **1. Observasi**

Tahapan pengumpulan data yang pertama yaitu observasi atau pengamatan terhadap objek penelitian yaitu berkaitan dengan lokasi yang dipilih, kemudian subjek penelitian termasuk orang atau pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian tersebut. Kegunaan atau tujuan dilakukannya observasi dalam penelitian yaitu untuk membuat peneliti memiliki cara pandang yang objektif seperti subjek yang diteliti. Sehingga peneliti bisa berempati dan ikut merasakan atau sepemikiran dengan subjek penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis mengeksplorasi lebih dalam bagaimana cara yang diterapkan oleh gerai Elzatta Kediri dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran di tengah maraknya bisnis *fashion* muslimah di Kota Kediri, dengan melihat progress yang terjadi dari awal berdiri, dari segi pelayanan, promosi dan lainnya. Kemudian peneliti akan melakukan pencatatan dari hasil observasi yang didapatkan.

## 2. Wawancara

Tahap berikutnya dalam pengumpulan data penelitian yaitu melakukan wawancara dengan harapan memperoleh informasi atau pengetahuan sebanyak yang dibutuhkan peneliti kepada subjek penelitian. Dalam tahap ini, peneliti melakukan pertemuan dengan narasumber. Pertemuan merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi dengan cara komunikasi secara langsung, baik secara tidak langsung dengan informan. Pertemuan juga di artikan sebagai pertukaran pemikiran dan data dua individu melalui jawaban dan keterangan yang mampu memperoleh data yang signifikan sehingga dapat dikembangkan pada tema tertentu.

Dalam observasi ini, peneliti menggunakan *indepth interview* atau wawancara secara mendalam yang dibantu dengan *interview guide*, yaitu membuat kerangka atau perumusan poin-poin yang tidak perlu ditanyakan secara berurutan, namun tetap fokus dan terarah pada pokok permasalahan yang akan ditanyakan peneliti kepada *Owner* Elzatta Kediri dan karyawan Elzatta Kediri. Sehingga diharapkan akan mendapatkan informasi yang maksimal terkait strategi pemasaran yang dilakukan *brand fashion* muslimah Elzatta Kediri dalam menarik minat pelanggan.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi sebagai tahapan pengumpulan data berikutnya yaitu peneliti akan mengumpulkan data yang berasal dari jurnal, penelitian terdahulu atau sebelumnya, foto, video, *pers online*, serta hasil wawancara selama pertemuan yang dibutuhkan peneliti. Yang kemudian akan di telaah dengan intens, sehingga dapat menambah bukti dan kepercayaan suatu peristiwa.

Dokumentasi merupakan metode yang dilakukan peneliti sebagai pelengkap dari observasi serta wawancara dalam penelitian kualitatif. Demikian dokumentasi dimanfaatkan peneliti, untuk memperoleh data-data yang diperlukan pada penelitian Strategi Komunikasi Pemasaran Pada *Brand Fashion* muslimah Elzatta Kediri dalam Menarik Minat Pelanggan.

## **F. Analisis Data**

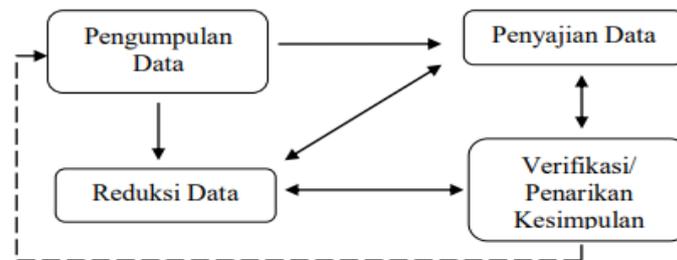
Analisis data merupakan aktivitas mencari dan mengumpulkan informasi secara efisien yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan memilah informasi ke dalam golongan, menggambarkannya ke dalam unit-unit, menyusun, menata ke dalam model, memilih mana yang signifikan dan mana yang tidak dipertimbangkan, serta membuat keputusan dengan tujuan agar diri sendiri dan orang lain dapat dengan mudah memahaminya. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum memasuki lapangan dan setelah menyelesaikan lapangan. Analisis data lebih berpusat selama proses di lapangan untuk pengumpulan data berlangsung.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menekankan pada peristiwa-peristiwa yang di amati dan data yang diperoleh tentang strategi komunikasi pemasaran pada *brand fashion* muslimah Elzatta di Kota Kediri dalam menarik minat konsumen. Peneliti akan melakukan pencatatan data-data yang berhasil didapatkan dari wawancara yang dilakukan dengan owner Elzatta Kediri. Setelah memperoleh data yang cukup untuk di analisis, tahapan berikutnya adalah reduksi data.<sup>38</sup> Prosedur analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode informasi Miles dan Huberman. Dimana analisis data

---

<sup>38</sup> Fathor Rasyid. 2015. *Metode Penelitian Sosial: Teori dan Praktek*. Kediri: STAIN Kediri Press. Hal. 164

dilakukan secara intuitif dan terjadi secara konsisten sampai selesai. Pada tahap ini peneliti akan terus membedah informasi untuk memperoleh data yang di anggap dapat dipercaya.



**Gambar 3.1 Bagan Analisa Data Miles dan Huberman**

Langkah-langkah analisis data yang dilakukan oleh peneliti dalam observasi sebagai berikut:

### **1. Reduksi Data**

Reduksi data berarti menyimpulkan, memilih hal-hal yang paling utama, memusatkan perhatian pada hal-hal yang penting, mencari contoh dan subjek. Dengan demikian informasi yang telah dikurangi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk mengumpulkan informasi, serta menelusuri saat dibutuhkan.

Reduksi data dilakukan peneliti dengan mencatat segala penjelasan yang masih bersifat luas dan umum tentang Elzatta Kediri. Kemudian, menyusun informasi dari yang bersifat umum ke informasi yang bersifat jelas. Sehingga informasi yang telah dirangkum dan disimpulkan oleh peneliti, akan memberikan gambaran yang lebih jelas terkait strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan *brand fashion* muslimah Elzatta Kediri dalam menarik minat pelanggan.

## **2. Penyajian Data**

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat berbentuk penggambaran singkat, grafik, hubungan antara klasifikasi dan semacamnya. Dengan menyajikan data, akan lebih jelas apa yang terjadi, merancang pekerjaan lebih lanjut dengan mempertimbangkannya. Miles dan Huberman, 1984 mengungkapkan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif yakni dengan penjabaran narasi atau bersifat naratif.

Data yang dimaksud merupakan data hasil dari rangkaian informasi yang dapat dilakukan penyelidikan. Penyajian data bertujuan untuk mendapatkan pola yang substansial. Peneliti dalam menyajikan data menggunakan kata-kata atau teks naratif dari hasil wawancara yang telah dilakukan terkait strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan *brand fashion* muslimah Elzatta Kediri. Yang kemudian akan ditarik kesimpulan tentang strategi komunikasi pemasaran dalam menarik minat pelanggan.

## **3. Penarikan Kesimpulan**

Langkah ketiga dalam tahap analisis data adalah mencapai kesimpulan dan verifikasi. Dalam hal ini, kesimpulan yang ditetapkan mungkin dapat menjawab rumusan masalah, namun mungkin juga tidak menjawab. Sebab pada penelitian kualitatif masalah dan rumusan masalah masih bersifat sementara, serta dapat berkembang setelah penelitian di lapangan. Pengambilan kesimpulan dalam penelitian ini adalah peneliti dengan mendalami strategi komunikasi pemasaran pada *brand fashion* muslimah Elzatta Kediri dalam menarik minat pelanggan, serta memperhatikan catatan lapangan untuk memperoleh pemahaman yang lebih cepat dan tepat.

## **G. Pengecekan Keabsahan Temuan**

Triangulasi yakni benar-benar melihat data dari berbagai sumber dengan cara yang tidak berbeda-beda dan pada peristiwa yang berbeda pula. Triangulasi dilakukan dengan cara melihat dan mengecek data serta informasi yang telah didapatkan melalui berbagai perangkat dan waktu yang berbeda. Satori dan Komariah membagi triangulasi menjadi tiga, yaitu: (1) triangulasi sumber, (2) triangulasi teknik atau metode, (3) triangulasi waktu. Triangulasi diselesaikan dengan menelisik sumber yang belum dipahami satu dengan lainnya, kemudian pengecekan ulang kepercayaan sebuah informasi yang didapat saat penelitian dari berbagai sumber yang berbeda.

Triangulasi diselesaikan dengan memanfaatkan berbagai metodologi untuk mengungkapkan seluruh data. Sedangkan triangulasi waktu dilakukan dengan mengumpulkan data pada kejadian yang berbeda. Dan triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni triangulasi sumber.