

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yakni sebuah penelitian yang bertujuan guna memahami subjek penelitian secara holistik dan deskriptif berupa kata-kata dan bahasa. pada konteks tertentu dengan metode naturalistik yang berbeda.<sup>44</sup> Jenis penelitian yang digunakan disini adalah deskriptif, yakni jenis riset yang memberikan wawasan dan menggambarkan suatu keadaan subjek yang diteliti sejelas mungkin tanpa memberikan perlakuan apapun.<sup>45</sup> Hal ini bertujuan untuk menjelaskan mengenai peran media sosial terhadap peningkatan brand awareness dari Mixue serta meninjau dari sudut pandang Islam terhadap branding dari Mixue.

#### **B. Kehadiran Peneliti**

Berdasarkan jenis pendekatan penelitian yakni kualitatif, maka kehadiran penulis dalam mengumpulkan dan menggali informasi atau data sangatlah penting. Penulis hadir sebagai upaya observasi ke gerai Mixue Ice Cream and Tea yang berlokasi di kota Kediri dan hadir ke IAIN Kediri. Penulis datang ke gerai Mixue sebanyak 2 kali dan datang ke IAIN Kediri

---

<sup>44</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 2015).4

<sup>45</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT Rinneka Cipta, 2013), 208.

sebanyak 5 kali. Penulis melakukan wawancara kepada mahasiswa ekonomi syariah dan staff akademik Febi Iain Kediri.

### **C. Lokasi penelitian**

Berlokasi di fakultas ekonomi dan bisni Islam IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Kediri yang beralamat di Jalan Sunan Ampel No.7, Kelurahan Ngronggo, Kecamatan Kediri, Kota Kediri, Propinsi Jawa Timur. Alasan penulis memilih lokasi ini sebagai penelitian adalah untuk mengetahui sejauh mana tingkat kesadaran merek (*brand awareness*) dari mahasiswa terhadap brand Mixue Ice Cream and Tea.

### **D. Sumber data**

Sumber data ialah asal muasal data yang didapatkan berasal dari mana sumber data utama yang terdapat di penelitian kualitatif.<sup>46</sup> Sumber data dalam penelitian ini antara lain:<sup>47</sup>

#### **a. Data primer (utama)**

Data primer adalah data-data yang berhubungan secara langsung dalam penelitian. Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti. Data primer pada penelitian ini adalah informasi yang di dapat dari 20 mahasiswa Iain Kediri prodi Ekonomi Syariah angkatan tahun 2020-2023. 20 mahasiswa di pilih secara acak dengan karakteristik pernah membeli produk Mixue.

---

<sup>46</sup> Suharsimi Arikonto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2012), 114

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2014), 376

b. Data sekunder (tambahan)

Sumber data sekunder adalah sumber data dimana peneliti tidak secara langsung memperoleh data yang dibutuhkan, artinya harus melalui perantara seperti dokumen atau lainnya. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari buku, artikel, jurnal, skripsi yang berkaitan dengan profil dari Mixue dan peran media sosial dalam peningkatan *Brand awareness* pada Mixue Ice Cream and Tea dan ditinjau dari sudut pandang syariat Islam.

#### **E. Metode Pengumpulan Data.**

Penulis dalam mengumpulkan informasi atau data menggunakan berbagai metode berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah suatu kegiatan untuk memperoleh informasi atau data dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau narasumber yang telah ditentukan dengan berdasarkan pada tujuan dari penelitian.<sup>48</sup> Pada penelitian ini metode wawancara secara langsung dan tidak langsung guna mendapatkan informasi dari mahasiswa Iain Kediri prodi Ekonomi Syariah.

2. Observasi

Observasi yakni aktivitas yang sistematis dan terorganisir untuk mengamati, meninjau dan mendokumentasikan serangkaian tindakan ataupun jalannya sebuah sistem yang memiliki tujuan tertentu, serta

---

<sup>48</sup> Sahir, Syafrida Hafni, Metodologi Penelitian, (Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia, 2021),28-29.

munculnya tindakan dan apa yang menjadi latar belakang berdirinya sistem tersebut.<sup>49</sup> Menggunakan metode ini akan diperoleh informasi mengenai peran media sosial dalam meningkatkan *Brand awareness* Mixue Ice Cream and Tea pada mahasiswa Iain Kediri prodi Ekonomi Syariah secara objektif sehingga melengkapi dan menguatkan metode wawancara yang terkadang tidak sesuai dan terkesan mengada-ngada.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah catatan atau rekaman mengenai suatu fenomena atau peristiwa yang terjadi. Dokumentasi bisa berupa buku, surat kabar, jurnal, lisan, video, foto, notulensi, karya dan sebagainya. Menggunakan metode dokumentasi dapat menjadi pelengkap metode wawancara dan observasi.<sup>50</sup> Pada penelitian ini dokumentasi yang dibutuhkan berupa data-data terkait peran media sosial, brand awareness pada Mixue Ice Cream and Tea ditinjau dari sudut pandang Islam.

## **F. Analisis data**

Menganalisa data yakni suatu kegiatan menyusun data yang diperoleh dan dijabarkan untuk dilakukan penyusunan pola, kemudian dipilih yang sekiranya penting dan dibuat kesimpulan, dengan begitu peneliti maupun orang lain dapat mudah untuk memahaminya. Menurut Miles dan Huberman,

---

<sup>49</sup> Haris Herdiansyah, *Wawancara, Observasi, dan Focus Group: Sebagai Instrumen Panggilan Data Kualitatif*, Ed.1, Cet.1 (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 29-31.

<sup>50</sup> Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori&Praktik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 176

dalam memproses analisis data dapat dilakukan melalui tiga proses, yakni sebagai berikut.<sup>51</sup>

#### 1. Proses Reduksi Data

Menurut Imam Suprayoga mereduksi suatu data yakni memfokuskan, meresume, dan memilih hal yang penting, lalu mengabaikan yang tidak diperlukan dalam penelitian. Ketika terdapat penemuan hal yang berbeda atau baru maka hal itu akan jadi perhatian. Mereduksi data dalam hal ini seperti menyeleksi hasil dari observasi, wawancara, dokumentasi dari peran media sosial terhadap peningkatan brand awareness Mixue Ice Cream and Tea yang ditinjau dari sudut pandang Islam.

#### 2. Proses Penyajian Data

Pada tahapan ini adalah proses penyajian kumpulan informasi yang menghasilkan kesimpulan maupun tindakan. Representasi data ini biasanya dalam bentuk matriks, grafik, jaringan, diagram, dll. Data-data ini di gabung dalam bentuk yang kohesif dan dapat diakses. Pada tahap ini data-data disajikan untuk memperkuat penelitian seperti data yang diperoleh dari mahasiswa Iain Kediri prodi Ekonomi Syariah mengenai peran media sosial dalam meningkatkan brand awareness dari Mixue.

#### 3. Proses Penarikan Kesimpulan

Peneliti mulai menyimpulkan dari semua data atau informasi yang sudah diperoleh. Pada tahapan ini penulis terus menganalisis dan

---

<sup>51</sup> Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 215

menyesuaikan berbagai data mengenai peran media sosial dalam meningkatkan brand awareness dari Mixue Ice Cream and Tea.

## **G. Pengecekan Keabsahan Data.**

### **1. Meningkatkan ketekunan**

Mingkatkan ketekunan yakni membaca dan menganalisis berbagai sumber referensi, seperti buku maupun hasil penelitian terdahulu atau dokumentasi terkait dengan fokus penelitian.<sup>52</sup> Dalam pengamatan ini peneliti membaca berbagai literatur dan penelitian terdahulu, kemudian mengamati hasil dokumentasi mengenai keputusan pembelian Mixue oleh mahasiswa Iain Kediri prodi Ekonomi Syariah.

### **2. Triangulasi**

Triangulasi merupakan metode pengecekan keabsahan sebuah data yang menggunakan sesuatu dari luar guna pengecekan atau sebagai metode perbandingan.<sup>53</sup> Adapun penulis dalam mengecek keabsahan data menggunakan Triangulasi sumber, yakni menguji kredibilitas data dengan metode pengecekan data yang sudah didapatkan menggunakan berbagai sumber. Penulis dalam hal ini membandingkan data hasil wawancara dan dokumentasi yang berkaitan dengan sumber terkait peran media sosial dalam meningkatkan brand awareness Mixue pada mahasiswa Iain Kediri prodi Ekonomi Syariah angkatan 2020-2023.

---

<sup>52</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV Alfabeta, 2015), 272.

<sup>53</sup> M. Djunaidi Ghony dan Fauzan Almanshur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012).322.

## **H. Tahap-Tahap Penelitian.**

Tahapan pada penelitian kualitatif ini terdapat beberapa tahapan yakni sebagai berikut:

1. Tahap pralapangan, pada tahap ini penulis menyusun rancangan fokus penelitian dan mini riset, lalu mendatangi pihak akademik Iain Kediri untuk meminta izin penelitian. Kemudian melakukan wawancara kepada mahasiswa Iain Kediri prodi Ekonomi Syariah untuk memperoleh data. Melakukan seminar proposal.
2. Tahap pekerjaan lapangan, terdiri dari observasi lapangan, melakukan wawancara kepada sumber penelitian dan mengumpulkan informasi mengenai fokus dari penelitian yang dilakukan.
3. Tahap analisis data, penulis menganalisis data, melakukan pengecekan keabsahan dan mengolah hasil dari wawancara maupun dokumentasi yang di dapat pada subjek penelitian.
4. Tahap penulisan laporan, meliputi kegiatan merangkum hasil yang diperoleh dengan pembimbing serta menyempurnakan secara keseluruhan terkait penelitian.