

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan menggambarkan dan menganalisis secara mendalam fenomena di lapangan berdasarkan data dan fakta dari subjek penelitian, mencakup peristiwa, kegiatan sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, serta pemikiran individu maupun kelompok informan.<sup>32</sup> Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman makna di balik perilaku konsumen dalam menanggapi strategi promosi yang diterapkan oleh Eleana Boutique.

Jenis penelitian deskriptif digunakan agar peneliti dapat menjelaskan bagaimana strategi promosi diterapkan oleh pihak Eleana Boutique serta bagaimana strategi tersebut mendorong terjadinya perilaku pembelian impulsif pada konsumen. Data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara dengan pemilik atau pengelola butik, karyawan, dan pelanggan, serta observasi langsung terhadap kegiatan promosi dan perilaku konsumen saat berbelanja.

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

Kehadiran peneliti dalam penelitian kualitatif merupakan elemen kunci, sebagaimana dikemukakan Sugiyono bahwa instrumen utama dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti berperan sekaligus sebagai instrumen utama dan pengumpul data, sehingga keterlibatannya secara langsung merupakan suatu keharusan guna

---

<sup>32</sup> Muhammad Rizal Pahleviannur et al., *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2022), 7-9. <https://books.google.co.id/books?id=thZkEAAAQBAJ>.

memperoleh data yang optimal.<sup>33</sup>

### C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Eleana Boutique yang berlokasi di Desa Kebet, Kecamatan Lamongan, Kabupaten Lamongan, Provinsi Jawa Timur. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa Eleana Boutique merupakan salah satu butik lokal yang aktif menerapkan berbagai bentuk strategi promosi untuk menarik minat konsumen. Butik ini juga menjadi agen resmi Shella Saukia yang menjual produk pakaian dan skincare, sehingga memiliki segmentasi pasar yang cukup luas, terutama di kalangan perempuan muda dan ibu rumah tangga.

### D. Data dan Sumber Data

Pengumpulan data yang tepat akan mendapatkan data yang akurat dengan tingkat kredibilitas yang baik. Kesesuaian, ketepatan, kedalaman, dan kecukupan data yang diperoleh ditentukan oleh penentuan sumber data.<sup>34</sup>

Penelitian ini menggunakan sumber data sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumber pertama di lokasi penelitian, kemudian dikumpulkan dan diproses secara mandiri oleh peneliti.<sup>35</sup> Data primer dapat diperoleh melalui catatan observasi lapangan maupun hasil wawancara dengan informan yang relevan. Sumber data primer yang

---

<sup>33</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2020), 293-294.

<sup>34</sup> Muhammad Hasan et al., *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: CV. Tahta Media Group, 2022), 197.

<sup>35</sup> Nindynar Rikatsih et al., *Metodologi Penelitian Di Berbagai Bidang* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021), 67.

didapat peneliti berasal dari sumber utama yaitu wawancara, observasi, dan temuan data selama proses penelitian dengan pemilik pemilik Eleana Boutique dan pelanggan Eleana Boutique. Untuk mendapatkan sebuah data dan informasi yang dibutuhkan.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan informan penelitian. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara sengaja berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Pemilihan informan dilakukan karena dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, serta informasi yang relevan. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, peneliti dapat memperoleh data yang lebih mendalam dan sesuai dengan kebutuhan penelitian.

**Tabel 3.1**  
**Kriteria Purposive Sampling Informan Penelitian**

| No | Informan | Kriteria                                                                                                                                       |
|----|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Owner    | Pemilik Eleana Boutique dan mengetahui seluruh strategi promosi yang diterapkan melalui TikTok.                                                |
| 2  | Karyawan | Terlibat dalam pengelolaan TikTok, <i>Live Streaming</i> , atau kegiatan promosi Eleana Boutique.                                              |
| 3  | Konsumen | Pernah membeli melalui TikTok Shop, mengikuti <i>live streaming</i> , mengetahui promosi TikTok, dan melakukan pembelian lebih dari satu kali. |

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan kriteria *purposive sampling* yang telah ditetapkan, peneliti memilih sebanyak 8 informan yang terdiri dari 1 owner, 2 karyawan, dan 5 konsumen Eleana Boutique. Owner dipilih karena memiliki pengetahuan mengenai perencanaan dan pelaksanaan strategi

promosi melalui TikTok. Karyawan dipilih karena terlibat secara langsung dalam kegiatan promosi dan operasional TikTok *Eleana Boutique*. Sementara itu, konsumen dipilih karena pernah melakukan pembelian melalui *TikTok Shop*, mengikuti *live streaming* TikTok *Eleana Boutique*, mengetahui promosi yang dilakukan, serta memiliki pengalaman berbelanja yang dapat memberikan informasi terkait perilaku pembelian impulsif. Pemilihan informan yang beragam berdasarkan usia, domisili, dan frekuensi pembelian.

**Tabel 3.2**  
**Profil Informan Penelitian**

| No | Nama   | Usia     | Domisili | Frekuensi Pembelian |
|----|--------|----------|----------|---------------------|
| 1  | Pipi   | 23 tahun | Tuban    | 3 kali              |
| 2  | Anna   | 24 tahun | Gresik   | 2 kali              |
| 3  | Lisa   | 26 tahun | Lamongan | >5 kali             |
| 4  | Santa  | 28 tahun | Lamongan | >5 kali             |
| 5  | Sintia | 30 tahun | Lamongan | 4 kali              |

Sumber: Hasil Wawancara dengan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas, informan konsumen dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Informan memiliki karakteristik yang beragam dari segi usia, domisili, dan frekuensi pembelian. Usia informan berkisar antara 23 hingga 30 tahun, dengan domisili yang berasal dari Kabupaten Tuban, Gresik, dan Lamongan. Frekuensi pembelian informan juga bervariasi, yaitu mulai dari 3 kali hingga lebih dari 5 kali pembelian melalui *TikTok Shop Eleana Boutique*.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang bersumber dari pihak lain,

berupa catatan atau dokumen yang berkaitan dengan penelitian, seperti dokumen perusahaan, jurnal ilmiah, buku, maupun situs web yang relevan dengan fokus penelitian.<sup>36</sup> Data sekunder meliputi arsip promosi Eleana Boutique, data penjualan, unggahan media sosial, serta literatur dari buku dan jurnal yang membahas mengenai strategi promosi dan perilaku pembelian impulsif. Data sekunder juga digunakan untuk memperkuat temuan di lapangan dan memberikan dasar teoritis yang kuat.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan tahap krusial dalam penelitian yang menentukan kualitas dan validitas data. Penelitian ini menggunakan tiga teknik utama, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi, guna memperoleh data yang mendalam dan relevan sesuai fokus penelitian:

##### **1. Wawancara**

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data melalui tanya jawab langsung kepada responden guna memperoleh data yang akurat dan mendalam, yang dalam penelitian ini dilakukan terhadap pemilik, karyawan, dan pelanggan.<sup>37</sup> Eleana Boutique Lamongan untuk memperoleh informasi mengenai penerapan strategi promosi serta bagaimana strategi tersebut mempengaruhi perilaku pembelian impulsif.

##### **2. Observasi**

Observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian guna memperoleh

---

<sup>36</sup> Albi Anggito and Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sukabumi: CV Jejak (Jejak Publisher), 2018), <https://books.google.co.id/books?id=59V8DwAAQBAJ>.

<sup>37</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2020), 229.

informasi yang bersifat nyata dan faktual.<sup>38</sup> Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung kegiatan promosi dan perilaku konsumen di Eleana Boutique. Melalui observasi, peneliti dapat melihat bagaimana penerapan strategi promosi dijalankan serta bagaimana pelanggan meresponsnya di lapangan.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif selain observasi dan wawancara, yang merujuk pada pencatatan peristiwa yang telah terjadi sebelumnya. Data dokumentasi dapat berbentuk tulisan, gambar, maupun karya monumental yang dihasilkan oleh pihak lain.<sup>39</sup> Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung berupa catatan, foto kegiatan promosi, brosur, serta unggahan media sosial Eleana Boutique. Data dokumentasi berfungsi untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan.

## F. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahap utama, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan:

### 1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses seleksi, penyederhanaan, dan transformasi data mentah dari catatan lapangan dengan cara meringkas poin-poin utama, memfokuskan pada aspek yang relevan, serta

<sup>38</sup> Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2019), 104.

<sup>39</sup> Zuchri Abdussamad and Patta Rapanna, *Metode Penelitian Kualitatif* (Sulawesi Barat: CV. Syakir Media Press, 2021), 147. <https://books.google.co.id/books?id=JtKREAAQBAJ>.

mengidentifikasi pola dan tema yang terdapat dalam data yang diperoleh.<sup>40</sup>

## 2. Penyajian Data

Penyajian data adalah kegiatan menyusun informasi yang telah direduksi menjadi bentuk naratif atau visual sehingga mudah dipahami dan dapat mendukung proses penarikan kesimpulan. Penyajian data dilakukan setelah proses reduksi, dengan tujuan agar data dapat disusun secara sistematis dan mudah dipahami.<sup>41</sup>

## 3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan langkah akhir dari analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara membandingkan antara kesesuaian data dari subjek penelitian dan konsep dasar yang diambil dalam penelitian tersebut. Bukti valid dan konsisten merupakan data pendukung yang harus ada dalam penarikan kesimpulan sehingga kesimpulan yang didapatkan nantinya berupa temuan baru yang dapat dipercaya serta bisa menjawab fokus penelitian yang sudah dirumuskan.<sup>42</sup>

## G. Pengecekan Keabsahan Data

Dalam bagian ini menguraikan secara rinci proses yang penelitian, dari awal hingga akhir sebagai berikut:

### 1. Perpanjangan Keikutsertaan

Keterlibatan aktif peneliti dalam proses pengumpulan data menuntut alokasi waktu yang memadai, sehingga diperlukan upaya

<sup>40</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2020), 246.

<sup>41</sup> Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat, 2019), 117.

<sup>42</sup> Sirajuddin Saleh, *Analisis Data Kualitatif* (Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017), 50.

sistematis dalam membangun kepercayaan antara peneliti dan subjek penelitian.

## 2. Ketekunan Pengamatan

Ketekunan pengamatan dilakukan guna mengidentifikasi unsur-unsur relevan secara mendalam dan terperinci. Dalam penelitian ini, peneliti menelaah secara kritis catatan hasil penelitian dengan dukungan literatur terkait *odd price* untuk mendeteksi potensi kesalahan dan keterbatasan dalam proses penelitian.

## 3. Triangulasi

Dalam penelitian ini, pengecekan keabsahan data dilakukan dengan menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan dan mengecek kembali informasi yang diperoleh dari berbagai sumber penelitian, yaitu *owner*, karyawan, dan konsumen Eleana Boutique. Melalui perbandingan data dari ketiga sumber tersebut, peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih akurat dan objektif mengenai penerapan strategi promosi melalui media sosial TikTok serta pengaruhnya terhadap perilaku pembelian impulsif konsumen.

## 4. Member Checking

*Member checking* dilakukan dengan mengkonfirmasi kembali hasil wawancara kepada informan untuk memastikan bahwa informasi yang diperoleh peneliti telah sesuai dengan maksud dan pengalaman yang disampaikan oleh informan. Teknik ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas dan keabsahan data penelitian.

## 5. Saturasi Data

Penelitian ini juga menerapkan prinsip saturasi data (*data saturation*). Saturasi data tercapai ketika informasi yang diperoleh dari informan telah menunjukkan pola yang berulang dan tidak ditemukan lagi informasi atau tema baru yang signifikan. Pada kondisi tersebut, pengumpulan data dihentikan karena data yang diperoleh telah dianggap memadai untuk menjawab fokus penelitian.

#### **H. Tahap – Tahap Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan melalui tiga tahapan, yaitu tahap pra lapangan, tahap kerja lapangan, dan tahap analisis data:

1. Tahap pra-lapangan

Tahap pra lapangan merupakan langkah awal sebelum peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian. Tahap pra-lapangan bertujuan agar peneliti memiliki kesiapan mental, konseptual, dan administratif sebelum melakukan penelitian di lapangan.

2. Tahap kerja lapangan

Tahap kerja lapangan merupakan proses interaksi antara peneliti dengan sumber data secara langsung untuk mendapatkan data yang valid dan objektif.

3. Tahap analisis data

Tahap analisis data dilakukan setelah semua data dari lapangan terkumpul. Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses berkelanjutan untuk menemukan makna dari data melalui penafsiran dan pengorganisasian informasi secara sistematis.

4. Tahap Pelaporan

Tahap akhir penelitian adalah penyusunan laporan tertulis berdasarkan hasil penelitian lapangan dalam format proposal, yang selanjutnya diuji dan mendapat persetujuan dari dosen pembimbing hingga menjadi karya ilmiah berupa skripsi.