

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menitikberatkan pada bauran pemasaran (*marketing mix*) dan *brand image* (citra merek) dengan jumlah nasabah kaitannya dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu berupa prosedur penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang-orang/subjek itu sendiri. Metode penelitian kualitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme/enterpretif*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) di mana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara *trianggulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.⁷³

Sedang jenis penelitian yang penulis gunakan adalah studi kasus (*case studies*), di mana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktifitas, terhadap satu atau lebih dari satu orang. Suatu kasus (*case*) terikat oleh waktu dan aktifitas, peneliti melakukan pengumpulan data secara mendetail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dalam waktu yang berkesinambungan.⁷⁴

B. Kehadiran Peneliti

Kehadiran peneliti di lapangan sangat penting dan diperlukan secara optimal karena peneliti di sini sebagai *human instrument*. Untuk dapat menjadi instrument, maka peneliti di sini berupaya maksimal memiliki bekal wawasan yang cukup atau luas, memahami teori sehingga mampu bertanya, menganalisis, memotret, dan mengkontruksi situasi sosial yang diteliti menjadi

⁷³ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajmen*, (Bandung: Alfabeta, cet. ke-4, 2015), hlm. 38

⁷⁴ Ibid, hlm. 39

lebih jelas dan bermakna.⁷⁵ Peneliti merupakan instrumen kunci dalam menangkap makna sekaligus sebagai alat pengumpulan data.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT BPRS Tanmiya Artha di Kota Kediri di Ruko Brawijaya No. 40 A - 17 Jl. Brawijaya Kediri, Provinsi Jawa Timur.

D. Sumber Data

Sumber data di sini adalah tempat atau orang di mana data tersebut dapat diperoleh. Adapun sumber data yang dipakai pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer yakni subjek penelitian yang dijadikan sebagai sumber informasi penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau pengambilan data secara langsung⁷⁶ atau yang biasanya dikenal dengan istilah *interview* (wawancara). Dalam penelitian ini subjek penelitian yang dimaksud adalah para karyawan PT BPRS Tanmiya Artha Kediri yang terdiri dari 14 karyawan, yang mana wawancara dilakukan pada perwakilan bidang marketing dan bidang umum atau operasional PT BPRS Tanmiya Artha Kediri.

Selain informasi dari pengurus PT BPRS Tanmiya Artha Kediri, penulis juga menggunakan data dokumentasi yaitu catatan yang berkaitan atau berhubungan dengan apa yang akan penulis teliti. Penulis menggunakan sumber dokumentasi karena dalam melakukan penelitian penulis memerlukan sumber pendukung atau tambahan untuk memperkuat data pokok.

b. Sumber Data Sekunder

1. Buku panduan umum PT BPRS Tanmiya Artha Kediri
2. Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*. cetakan ke-8, 2015

⁷⁵ Ibid, hlm. 38

⁷⁶ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, cet. ke-8, 2007), hlm 91

3. Jan Jonker, *Metodologi Penelitian*. 2011
4. Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*. 2013
5. Jenu Widjaja Tandjung, *Marketing Management : Pendekatan pada Nilai-nilai Pelanggan*.
6. Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 10/Jilid 1 & 2.
7. Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*.

E. Prosedur Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan yakni data yang perlu dihimpun untuk menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah. Adapun data yang dikumpulkan antara lain :

- a. Data tentang struktur organisasi PT BPRS Tanmiya Artha Kediri
- b. Data mengenai jumlah nasabah PT BPRS Tanmiya Artha Kediri
- c. Data tentang proses pemasaran PT BPRS Tanmiya Artha Kediri
- d. Artikel, brosur dan sebagainya

F. Pengecekan Keabsahan Data

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas dan mendalam terhadap situasi sosial yang diteliti, maka teknik pengumpulan data bersifat triangulasi, yaitu menggunakan berbagai teknik pengumpulan data secara gabungan/simultan. Analisis datanya bersifat induktif berdasar fakta-fakta yang ditemukan di lapangan dan kemudian dikonstruksikan menjadi teori.⁷⁷ Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang pasti yang merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak. Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih menekankan pada makna. Secara lebih rinci teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

⁷⁷ Ibid, hlm 38

a. Observasi

Observasi atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi non partisipatif, yaitu pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan, dia hanya berperan mengamati kegiatan, tidak ikut dalam kegiatan, atau bisa juga disebut observasi pasif.⁷⁸ Penelitian terjun langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data dan informasi, mengenai bauran pemasaran (*marketing mix*) dalam upaya meningkatkan penjualan PT BPRS Tanmiya Artha Kediri

b. Wawancara

Wawancara (*interview*) merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data yang banyak digunakan dalam penelitian deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif.⁷⁹ Pedoman wawancara yang dipakai dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.⁸⁰ Wawancara ini dipakai dalam penggalan data dengan pihak pengelola PT BPRS Tanmiya Artha Kediri dengan nasabah. Teknik ini dipakai pada saat studi pendahuluan dan pada saat penelitian dilakukan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subyek penelitian, namun melalui dokumen.⁸¹ Yaitu menghimpun data fisik terkait dengan permasalahan yang diteliti.

⁷⁸ Nana Syaodih Sukmadinata, *Jenis-jenis Penelitian*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Cet III , 2007), hlm. 220.

⁷⁹ Ibid., hlm 216.

⁸⁰ Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, Cet. IV, 2015), hlm. 228.

⁸¹ M. Iqbal Hasan, *Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 87.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dengan demikian, dalam analisa data kualitatif pengolahan data tidak menggunakan teknik statistika sehingga hasil analisis jawaban responden terhadap pertanyaan yang diajukan tidak terikat dengan skor, akan tetapi dideskripsikan dalam suatu penjelasan dalam bentuk kalimat. Data yang berhasil dikumpulkan selanjutnya dianalisis secara deskriptif analitis, yaitu analisis yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati dengan metode yang telah ditentukan.⁸²

Tujuan dari metode ini adalah untuk membuat deskripsi mengenai *marketing mix* (bauran pemasaran) dan *brand image* (citra merek) di PT BPRS Tanmiya Artha Kediri berdasarkan fakta-fakta yang ada. Dalam penelitian ini, peneliti memerlukan data-data untuk menggambarkan suatu fenomena yang apa adanya sesuai dengan peristiwa sebenarnya. Kemudian data tersebut dianalisis dengan pola pikir induktif, yaitu pola pikir yang berpijak pada fakta-fakta yang bersifat khusus kemudian diteliti, dianalisis, dan disimpulkan sehingga pemecahan masalah tersebut dapat berlaku secara umum.

H. Langkah-langkah Penelitian

Setelah data terkumpul maka selanjutnya dilakukan pengolahan data dengan tahapan-tahapan sebagai berikut :

Data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini dikelola menggunakan penelitian deskriptif analitis. Jenis penelitian ini, dalam deskripsinya juga mengandung uraian-uraian, tetapi fokusnya terletak pada peran *marketing mix* (bauran pemasaran) dan *brand image* (citra merek). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik-teknik pengolahan data sebagai berikut :

1. *Editing*, yaitu pemeriksaan kembali dari semua data yang diperoleh terutama dari segi kelengkapannya, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada

⁸² Burhan Bugin, *Metode Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif* (Airlangga University Press, 2001), hlm. 143.

dan relevansi dengan penelitian.⁸³ Dalam hal ini penulis akan mengambil data yang akan dianalisis dengan rumusan masalah saja.

2. *Organizing*, yaitu menyusun kembali data yang telah didapat dalam penelitian yang diperlukan dalam kerangka paparan yang sudah direncanakan dengan rumusan masalah secara sistematis.⁸⁴ Penulis melakukan pengelompokan data yang dibutuhkan untuk dianalisis dan menyusun data tersebut dengan sistematis untuk memudahkan penulis dalam menganalisa data.
3. Penemuan Hasil, yaitu dengan menganalisis data yang telah diperoleh dari penelitian untuk memperoleh kesimpulan mengenai kebenaran fakta yang ditemukan, yang akhirnya merupakan sebuah jawaban dari rumusan masalah.⁸⁵

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfa Beta, 2008), hlm. 243

⁸⁴ *Ibid.*, hlm. 245

⁸⁵ *Ibid.*, hlm. 246