

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan satu cara atau prosedur yang dipergunakan untuk melakukan penelitian, sehingga mampu menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian. Metode penelitian menurut Sugiono (2013:5) adalah sebagai berikut:

“Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan, dan dibuktikan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. “Penelitian dengan metode kualitatif menurut Sugiyono (2018: 11) adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme dan di gunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci

Metode kualitatif di pilih karena lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri pada variabel variabel yang di pilih di dalam penelitian. Yaitu penggunaan *Experiental marketing* dan pengaruhnya terhadap volume penjualan pada CV Robbani Snack Pringsewu Lampung.

Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer didapatkan melalui wawancara dan data sekunder di dapatkan dari dokumen terilis milik instansi tempat dilakukannya penelitian

B. Definisi Operasional Penelitian

Definisi Operasional adalah petunjuk tentang bagaimana variabel dapat diukur, variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Experiential Marketing* dan volume penjualan.

a. *Experiential Marketing*

Experiential marketing dapat diartikan sebagai suatu usaha yang digunakan oleh perusahaan atau pemasar untuk mengemas produk sehingga mampu menawarkan pengalaman emosi hingga menyentuh hati dan perasaan konsumen.

Experiential marketing dapat diukur dengan indikator-indikator sebagai berikut:

- 1). *Sense* (panca indra)
- 2). *Feel* (perasaan)
- 3). *Think* (cara berfikir)
- 4). *Act* (kebiasaan)
- 5). *Relate* (pertalian)

b. Volume penjualan

Volume penjualan yaitu besarnya unit produk yang dijual yang dinyatakan dalam jumlah unit yang harus dicapai dalam penjualan produk dalam jangka waktu tertentu.

Volume penjualan dapat diukur dengan indikator-indikator sebagai berikut:

- 1). Mencapai volume penjualan
- 2). Mendapatkan laba
- 3). Menunjang pertumbuhan perusahaan

C. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data mengenai objek penelitian, maka digunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati secara langsung objek datanya, (Jogiyanto, 2018:109). Jenis observasi yang dilakukan adalah observasi partisipatif (Sugiyono, 2018:312). Observasi pasif dilakukan dengan cara peneliti datang di tempat penelitian tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan di tempat tersebut dan hanya benar benar melakukan pengamatan. Observasi dilakukan untuk mendapatkan fenomena yang menjadi pokok permasalahan dan disajikan di BAB 1. Panduan observasi dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 3.1
Panduan Observasi

Tanggal Observasi	Hasil Observasi
5 April 2021	Mengamati Pelayanan marketing saat melayani pembelian dan mengamati respon konsumen terhadap produk klaning dan snack lainnya
	Mengamati rapat koordinasi marketing yang hari itu diadakan dan di pimpin pemilik Rabbani Snack

2. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2013:202), “metode dokumentasi adalah menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat dan sebagainya”.

Pengumpulan data dengan metode dokumentasi internal dalam penelitian ini menggunakan data yang ada di Rabbani Snack, dengan panduan dokumentasi sebagai berikut:

Tabel 3.2.
Panduan Dokumentasi

Nomer	Pertanyaan yang di ajukan
1	Sejarah Rabbani Snack
2	Visi, Misi dan Struktur organisasi
3	Data Pegawai dan Data Penjualan Selama tahun 2019 –2020

3. Wawancara

Metode pengumpulan data pada penelitian menggunakan teknik wawancara secara semi terstruktur. Sugiyono (2018:316) mengemukakan bahwa wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat di

konstruksikan makna ke dalam suatu topik tertentu. Tipe wawancara yang di gunakan dalam penelitian ini bersifat semi terstruktur (*semi structure interview*). Tujuan dari wawancara jenis ini dalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang di ajak wawancara diminta pendapat dan ide idenya.

Wawancara dilakukan dengan pemilik CV Robbani Snack.

Pedoman wawacara yang berisi pertanyaan-;pertanyaan yang akan di ajukan harus di buat terlebih dahulu dan disesuaikan dangan variabel yang akan di teliti Pedoman wawancara dapat dilihat pada tabel bawah ini:

Tabel 3.3
Pedoman Wawancara

No	Variabel	Pertanyaan yang diajukan
1	<p><i>Experiental Marketing</i></p> <p><i>Sense</i> (Panca Indra)</p> <p><i>Feel</i> (Perasaan)</p> <p><i>Think</i> (Cara Berfikir)</p>	<p>1. Bagaimana cara bapak menciptakan pengalaman emosional konsumen ketika membeli dan menikmati CV Robbani Snack mataram?</p> <p>2. Apa pertimbangan bapak dalam membuat kemasan produk?</p> <p>3. Bagaimana cara bapak membuat iklan mampu menjalin ikatan emosional dengan konsumen?</p> <p>4. Strategi apa saja yang bapak lakukan agar konsumen tetap loyal?</p> <p>5. Menurut bapak, pengalaman emosional seperti apa yang harus di hadirkan kepada benak konsumen agar tetap loyal kepada CV Robbani Snack?</p> <p>6. Apakah ada media atau saluran komunikasi antara perusahaan denngan konsumen? Jika ada apa bentuknya</p> <p>7. Apakah ada evaluasi atau feed back dari konsumen</p>

	<p><i>Act</i> (Kebiasaan)</p> <p><i>Relate</i> (Pertalian)</p>	<p>yang diberikan kepada bapak? Jika iya bagaimana follow up dari feedback tersebut?</p> <p>8. Sebagai makanan tradisional, apakah CV Robbani Snack mampu bersaing dengan jenis jajanan modern lain?</p> <p>9. Menurut bapak, strategi apa yang harus dilakukan agar jajanan tradisional seperti CV Robbani Snack dapat membuah konsumen merasa bangga untuk membeli.</p> <p>10. Menurut bapak, apakah produk CV Robbani Snack mampu mewakili makanan tradisional namun mampu dijual sampai ke manca negara?</p> <p>11. Bagaimana, respon konsumen dari maca negara terhadap produk CV Robbani Snack?</p>
2	<p>Volume Penjualan</p> <p>Mencapai Volume Penjualan</p> <p>Mendapatkan laba</p> <p>Menunjang Pertumbuhan Perusahaan</p>	<p>1. Apakah penjualan setiap bulan mampu mencapai target?</p> <p>2. Bagaimana cara bapak menetapkan target penjualan</p> <p>3. Apakah Penetapan target penjualan diikuti dengan penetapan strategi pemasaran yang sesuai? Jika tidak siapa yang menentukan strategi pemasaran?</p> <p>4. Berapakah rata-rata presentase keuntungan / Laba selama tahun 2019 dan 2020?</p> <p>5. Apakah laba selalu meningkat atau malah menurun ?</p> <p>6. Apakah Bapak mempunyai target laba yang ingin d capai setiap bulan?</p> <p>7. Apakah ada asset / aktiva perusahaan yang bertambah setiap tahun?</p> <p>8. Pengembangan usaha apa saja yang sudah dilakukan selama tahun 2019 dan 2020?</p>

D. Instrumen Penelitian

1. Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrument adalah peneliti sendiri. Peneliti menyiapkan pedoman wawancara yang berisi

pertanyaan-pertanyaan yang di sesuaikan dengan teori yang di gunakan dalam penelitian ini dan di sesuaikan dengan pokok permasalahan dapam penelitian ini., Sugiyono (2018:305)

E. Populasi dan Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi dalam penelitian kualitatif menurut Sugiono (2018:298) adalah situasi sosial yang terdiri dari tempat, pelaku dan aktivitas yang berinteraksi secara sinergis. Situasi sosial juga dapat berupa objek yang ingin di teliti.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah aktivitas *experiential marketing* dan volume penjualan di CV Robbani Snack Pringsewu Lampung.

2. Sampel/Narasumber

Sampel menurut Sugiyono (2018:120) merupakan bagian dari populasi yang di gunakan dalam penelitian. Dalam penelitian kualitatif, yang dimaksud sampel adalah narasumber yang dianggap tahu tentang situasi sosial yang di teliti dan akan menjadi orang yang di wawancarai. Atau narasumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemilik usaha CV Robbani Snack Pringsewu Lampung.

F. Metode Analisis Data

Metode analisis data ialah suatu proses pengumpulan data dari suatu penelitian untuk menggali informasi yang bermanfaat guna menyimpulkan

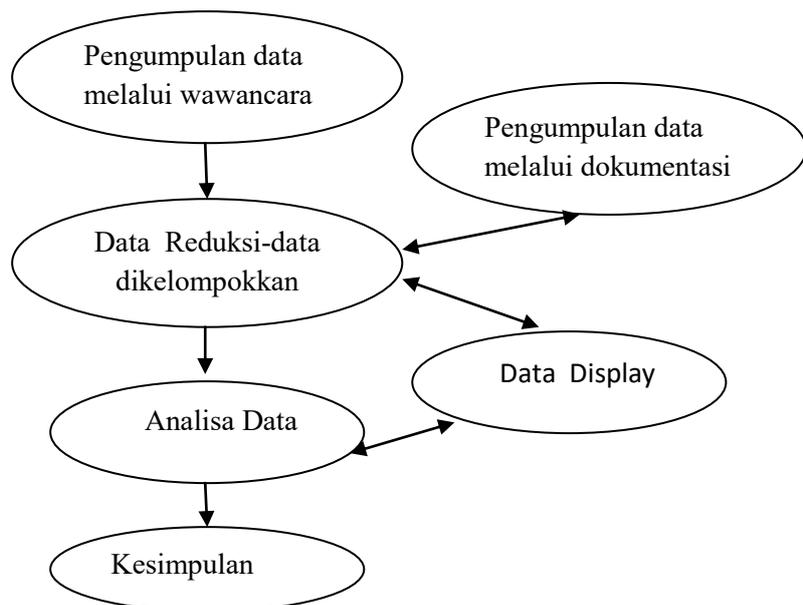
dan memberi saran atau masukan yang mendukung dalam menentukan suatu keputusan.

Pada penelitian kualitatif, analisis data menurut Sugiyono (2018:333) adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih nama yang penting dan yang akan di pelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah di pahami oleh diri sendiri dan orang lain.

G. Proses Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, proses analisa data dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

Gambar 3.1 Proses Analisi Data



Tahapan analisis data di mulai dengan pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan dengan pemilik CV. Robbani Snack . Wawancara dilakukan dengan pedoman wawancara yang telah di buat sebelumnya. Dokumentasi dilakukan dengan meminta catatan volume penjualan selama tahun 2019 dan 2020.

Proses selanjutnya adalah melakukan pengelompokkan dan reduksi data terutama data yang di dapatkan dari hasil wawancara. Reduksi data berkaitan dengan membuang informasi yang tidak berkaitan, dan kemudian melakukan pengelompokkan informasi yang sejenis berdasar indikator yang ada.

Data yang sudah dikelompokkan akan di sajikan dalam Bab IV agar pembaca dapat mengetahui informasi apa saja yang berhasil di gali dari wawancara dan dokumentasi.

Pada saat yang bersamaan dengan penyajian data, dilakukan analisa data. Analisa data, menggunakan data yang sudah di reduksi dan di kelompokkan. Analisa data menggunakan teori yang telah di paparkan dalam Bab 2 dan rumusan masalah yang telah di tetapkan.

Tahapan terakhir adalah pengambilan kesimpulan. Kesimpulan diambil dari hasil analisa data. Kesimpulan diharapkan dapat menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini.