

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **A. Metode Penelitian**

Metode Penelitian merupakan langkah yang dimiliki dan dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi atau data serta melakukan investigasi pada data yang telah didapatkan tersebut.

Menurut Sugiyono (2018:24) menyatakan “Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”. Metode penelitian merupakan salah satu cara yang di tempuh untuk mencapai suatu tujuan penelitian, adalah untuk mengungkapkan, menggambarkan, menyimpulkan hasil yang telah di dapat melalui cara tertentu dan prosedur penelitian.

Menurut sugiyono metode penelitian deskriptif kualitaitaif (2017:35) adalah “Metode penelitian ini dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain”.

Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Sedangkan menurut Sugiono (2018:347) metode kualitatif merupakan metode yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme atau enterpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah, (sebagai lawannya dalam eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Metode kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang baik mengenai relevansi mengenai variabel. Metode ini juga digunakan untuk menganalisis penerapan digital marketing, penggunaan jasa google ads, facebook ads dan meningkatnya penjualan. Dengan demikian di harapkan data yang di peroleh melalui metode ini dapat di gunakan untuk memperoleh hasil yang komprehensif.

## **B. Definisi Operasional Variabel**

Operasional variabel adalah suatu dimensi yang diberikan variabel pada suatu variabel dengan memberikan arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

Menurut Sugiyono (2018:95) “Definisi operasional variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik

kesimpulannya”. Didalam penelitian ini terdapat 4 variabel yaitu 3 variabel bebas yaitu Digital marketing, Google ads, Facebook ads dan 1 variabel terikat yaitu Meningkatnya penjualan.

#### 1. Digital Marketing (X1)

Digital marketing merupakan aktivitas promosi baik itu untuk sebuah brand ataupun produk menggunakan media elektronik (Digital).

Indikator

- a. SEO
- b. Social media marketing
- c. Iklan (advertising)

{Saravanakumar & Sugantalaksmi(2015:251)}

#### 2. Google ads(X2)

*Google ads* merupakan sebuah program periklanan yang di jalankan oleh google inc, dengan melibatkan tiga pihak yaitu pengiklan, penayang, dan pengelola.

Indikator

- a. Iklan yang menarik
- b. Iklan yang tertarget
- c. Kecepatan penyebaran

{Anhar (2017:22)}

#### 3. Facebook ads(X3)

*Facebook ads* merupakan layanan iklan yang di tawarkan oleh facebook untuk mempromosikan berbagai produk dengan berbagai macam target pasar.

Indikator

- a. Iklan yang tertarget
- b. Costume Audience
- c. Lokalike Audience

{Ricard Putra (2020:9)}

#### 4. Meningkatnya penjualan (Y)

Penjualan merupakan ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang di tawarkannya.

Indikator

- a. Mencapai volume penjualan
- b. Mendapatkan laba
- c. Menunjang pertumbuhan perusahaan

{Bashu Swasta (2018:15)}

### **C. Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang di beri tugas melakukan pengumpulan data) dalam pengumpulan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang di wawancarai.

Menurut Sugiyono (2018:224) “wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil”.

Oleh sebab itu dalam penelitian ini metode wawancara digunakan untuk mengetahui penerapan digital marketing dalam penggunaan jasa google ads dan facebook ads terhadap meningkatnya penjualan pada Toko Dua Saudara Talangpadang, dan wawancara ini akan dilakukan langsung dengan pemilik Toko Dua Saudara TalangPadang.

## 2. Dokumen

Dokumen merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dalam pendekatan kualitatif.

Menurut Sugiyono (2018:396) “Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, dan karya-karya monumental dari seseorang”. Dokumentasi dalam penelitian ini diambil dari Toko Dua Saudara Talang Padang di peroleh data sebagai berikut: visi-misi, sejarah berdirinya Toko Dua Saudara dan berbagai hal yang berkaitan dengan penelitian.

## **D. Instrument Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan wawancara sebagai instrument penelitian yang dilakukan kepada pemilik Toko Dua Saudara. Wawancara

dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Penerapan digital marketing dengan penggunaan jasa google ads dan facebook ads dalam meningkatkan penjualan. Peneliti menyusun panduan wawancara dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Penulis menyusun panduan wawancara dan observasi
2. Setelah panduan wawancara tersusun peneliti menetapkan jadwal pelaksanaan wawancara bersama pemilik Toko Dua Saudara.
3. Peneliti kemudian mendatangi Toko Dua Saudara dengan membawa panduan wawancara dan mewawancarai responden yang memiliki keterkaitan dengan penelitian.
4. Setelah itu peneliti menyusun transkrip hasil wawancara tersebut.
5. Transkrip wawancara diberi pelebelan fenomena-fenomena yang sesuai dengan pedoman wawancara.
6. Selanjutnya peneliti melakukan pengkodean terhadap fenomena pelebelan dari hasil transkrip wawancara.
7. Peneliti melakukan penanaman kategori yaitu penerapan digital marketing, penggunaan jasa google ads dan facebook ads, terhadap meningkatnya penjualan. Selanjutnya fenomena yang telah diberi kode dikelompokkan ke dalam masing-masing kategori.
8. Peneliti kemudian mendeskripsikan data yang telah ada dalam masing-masing kategori serta menampilkan kutipan hasil wawancara beserta kode transkrip wawancara.

Berikut tabel panduan wawancara  
Tabel 3.1  
Panduan wawancara variabel digital marketing

NO	PERTANYAAN
1	Bagaimana cara toko ini agar bisa mendapatkan penempatan teratas di hasil pencarian dalam mempromosikan produk secara digital ?
2	Bagaimana cara toko ini mempromosikan ke media sosial ?
3	Apakah toko ini menggunakan jasa periklanan berbayar dalam penerapan digital marketing ?

Tabel 3.2  
Panduan Wawancara Variabel google ads

NO	PETANYAAN
1	Bagaimana cara toko ini membuat iklan agar tampilan iklan menarik di google ads ?
2	Bagaimana cara toko ini dapat menargetkan iklan tersebut ?
3	Seperti yang kita semua tahu semakin cepatnya penyebaran promosi, juga dapat menyebabkan biaya jasa semakin meningkat bagaimana cara toko ini mengatasi hal tersebut?

Tabel 3.3  
Panduan wawancara variabel facebook ads

NO	PERTANYAAN
1	Bagaimana cara toko ini menargetkan iklan agar benar-benar tertuju kepada calon pelanggan yang membutuhkan?
2	Salah satu kelebihan beriklan di facebook adalah facebook dapat mengelompokkan data konsumen itu berpengaruh tidak dalam penjualan?
3	Bagaimanakah cara toko ini dapat bersaing di facebook dimana banyak competitor yang juga menggunakan facebook untuk mempromosikan barang bahkan juga menggunakan iklan?

Tabel 3.4  
Panduan wawancara variabel meningkatnya  
Penjualan

NO	PERTANYAAN
1	Bagaimana cara toko ini agar dapat mencapai volume penjualan yang maksimal?
2	Bagaimana cara toko ini mempertahankan atau meningkatkan laba yang di peroleh ?
3	Apa yang toko ini lakukan agar terus dapat menunjang pertumbuhan perusahaan?
4	Apakah penjualan tiap bulannya selalu meningkat?

### **E. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

#### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018:363) “populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas: objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian untuk ditarik kesimpulan”.

Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah pemilik Toko Dua Saudara Talangpadang.

#### 1. Sampel

Menurut Sugiyono (2018:363) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti

tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberikan untuk populasi”.

Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili. Pada penelitian ini yang menjadi sampel adalah pemilik Toko Dua Saudara TalangPadang

## 2. Teknik Pengambilan Sampling

Menurut Sugiyono (2018:366) “teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian”.

Jadi teknik sampling merupakan teknik yang digunakan untuk menentukan sampel guna memperoleh informasi yang digunakan dalam penelitian. Dan dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik non probability sampling yaitu sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel apabila semua populasi digunakan sebagai sampel karena jumlah populasi relative kecil.

## **F. Metode Analisi Data**

Analisis data adalah suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, dijabarkan ke unit-unit,

melakukan sintensa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari dan membuat kesimpulan.

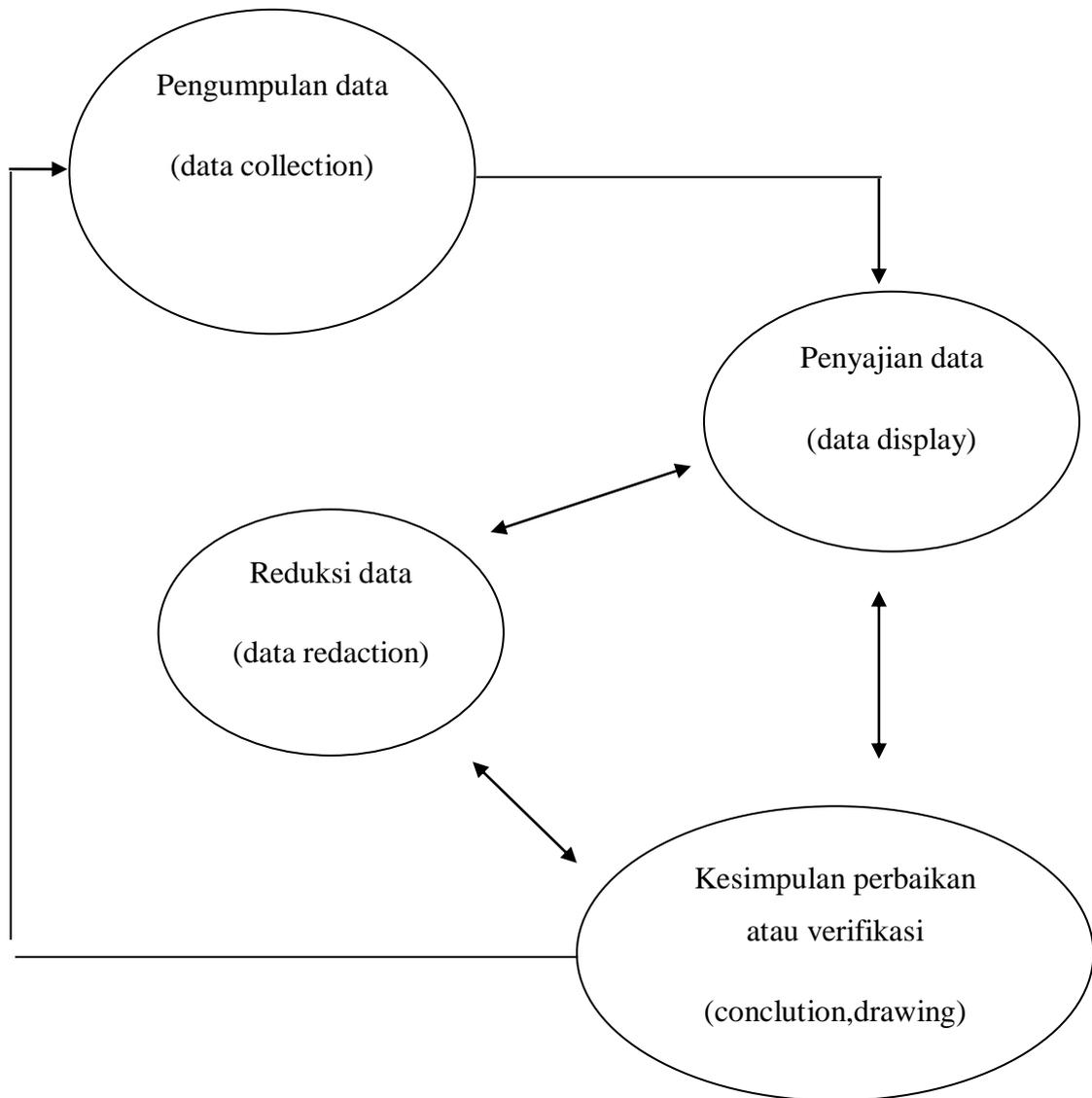
Menurut Sugiyono (2018:402) “Hal tersebut mempermudah orang lain maupun diri sendiri untuk memahaminya. Analisa data kualitatif bersifat induksi yakni data yang diperoleh dianalisis kemudian disempurnakan pola hubungannya atau menjadi hipotesis.

Adapun tahapan-tahapan data menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono(2018:404) adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data, yaitu data yang diperoleh dari lapangan yang banyak dan kompleks, maka perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data dengan cara merangkum, memilih hal-hal yang dianggap kurang penting. Dengan demikian data yang direduksi dapat memberikan gambaran yang jelas bagi peneliti untuk mendapatkan data - selanjutnya.
2. Penyajian data, yaitu data yang direduksi disajikan dalam bentuk uraian singkat berupa teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data tersebut maka data akan mudah dipahami sehingga memudahkan rencana kerja selanjutnya.
3. Penarikan kesimpulan, yaitu data yang sudah disajikan dianalisis secara kritis berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh dilapangan penarikan kesimpulan dilakukan dalam bentuk naratif sebagai jawaban dari rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal.

Ketiga komponen analisis diatas dilakukan dengan cara interaktif yaitu saling berhubungan selama dan sesudah pengumpulan data. Proses analisis data mengalir (*flow*), sehingga tidak menjadi kaku dari tahap awal sampai tahap akhir penelitian. Data yang peneliti dapatkan akan dianalisis berdasarkan pada variable penelitian yang telah ditentukan. Untuk memperjelas, berikut gambar analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman:

Gambar 3.1  
Berikut Gambar Analisis Data Kualitatif



Sumber: Miles dan Huberman (dalam Sugiono 2018:404 )