

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

“Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu” (Sugiyono, 2018:24).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, dimana di dalam penelitian ini menggunakan variabel mandiri yaitu strategi bauran pemasaran. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data kualitatif yaitu data yang berbentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar dan foto. Data kualitatif yang diperoleh dari penelitian ini adalah data tentang strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan di Industri Rumah Tangga Klanting Cari Rasa Pringsewu.

B. Definisi Operasional Penelitian

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktis, secara riil, secara nyata dalam lingkup objek penelitian/ objek yang diteliti. Definisi operasional merupakan suatu penjelasan konsep yang terdapat pada judul penelitian yang dapat diukur jenis dan tingkatannya sehingga variabel-variabel yang diteliti menjadi jelas.

“Definisi Operasional Penelitian adalah cara untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari mana” (Sujarweni, 2015: 77)

Penelitian ini menggunakan variabel mandiri yaitu strategi bauran pemasaran (*marketing mix*).

1. Strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*)

“*Marketing Mix* merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil memuaskan” (H Abdul Manap, 2016: 96).

Indikatornya yaitu :

- a. Strategi Bauran Pemasaran harus seimbang
- b. Strategi Bauran Pemasaran tidak boleh statis
- c. Strategi Bauran Pemasaran tak boleh meniru
- d. Strategi Bauran Pemasaran bertujuan jangka panjang
- e. Strategi Bauran Pemasaran didasarkan pengalaman

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

“Wawancara merupakan penelitian dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu” (Sugiyono, 2018: 384).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara yang dilakukan kepada pemilik Industri Rumahan Klanting Cari Rasa yang lebih mengetahui tentang data yang akan diteliti dalam penelitian ini yaitu tentang strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan di Industri Rumahan Klanting Cari Rasa yaitu mengenai produk yang berkualitas, harga yang terjangkau, lokasi yang strategis dan promosi yang sederhana melalui *Word Of Mouth*. Peneliti juga mewawancarai pemilik tentang sejarah berdirinya Industri Rumahan Klanting Cari Rasa.

2. Observasi

Menurut Creswell (Sugiyono, 2018: 235) mengemukakan bahwa “Observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang dan tempat pada saat dilakukan penelitian”.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan langsung mengenai produk, harga, tempat, promosi pada Industri Rumahan Klanting Cari Rasa.

D. Instrumen Penelitian

Sujarweni (2015: 79) mengemukakan bahwa “Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar kegiatan penelitian dapat dilakukan secara mudah”.

Instrumen yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data pada penelitian ini yaitu pedoman observasi untuk melihat dan mengamati pelaksanaan strategi bauran pemasaran dan pedoman wawancara untuk mengetahui informasi tambahan mengenai strategi bauran pemasaran yang dilaksanakan di Industri Rumahan Klanting Cari Rasa.

E. Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018: 148) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.”

Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik Industri Rumahan Klanting Cari Rasa.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018: 149), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Sedangkan populasi yang ada hanya satu yaitu pemilik usaha jadi, sampel dalam penelitian ini adalah pemilik Industri Rumahan Klanting Cari Rasa sebagai satu-satunya orang yang lebih mengetahui tentang strategi bauran pemasaran pada Industri Rumahan Klanting Cari Rasa untuk diteliti, dipelajari dan diambil kesimpulan.

3. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono, (2018: 150), “Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel”. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling dengan jenis sampling jenuh.

F. Metode Analisis Data

Menurut Bogdan (Sugiyono, 2018: 401), “Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain”.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yang digunakan peneliti untuk menganalisis strategi bauran pemasaran pada Industri Rumahan Klanting Cari Rasa.