

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena sesuai untuk menguraikan komunikasi interpersonal dalam konteks pemasaran hubungan. Sebagaimana karakteristik dasar dalam penelitian kualitatif yang disebutkan oleh Creswell (2010, hlm. 262), penelitian kualitatif bersifat penafsiran (*interpretative*). Pada penelitian ini, peneliti membuat suatu interpretasi berdasarkan hasil pengamatan dan interaksi dengan partisipan selama dilapangan. Peneliti tidak mengandalkan literatur tertentu tetapi fokus dalam mempelajari makna yang disampaikan partisipan (*participant's meaning*) sesuai dengan masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2016, hlm. 9), pendekatan kualitatif berlandaskan pada filsafat post-positivisme yang digunakan untuk meneliti pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Pendekatan ini dilakukan untuk menghasilkan data yang mendalam dan mengandung makna. Oleh karena itu, penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih kepada makna yang merupakan data sebenarnya.

Peneliti menggunakan strategi penelitian studi kasus. Seperti yang disebutkan oleh Creswell (2010, hlm. 20), strategi studi kasus digunakan untuk menyelidiki suatu program, peristiwa, aktivitas, proses atau sekelompok individu yang dibatasi oleh waktu dan aktivitas. Maka itu, strategi ini dipilih karena peneliti ingin meneliti bagaimana aktivitas komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *moslem fashion assistant* untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan di *Showroom Shafira*. Adapun, Daymon & Holloway (2010, hlm. 115) mengatakan bahwa studi kasus digunakan untuk menjelaskan peristiwa

ataupun proses komunikasi dalam konteks tertentu untuk menjawab pertanyaan bagaimana dan mengapa komunikasi terjadi.

Sesuai dengan tujuan penelitian ini, format penelitian kualitatif yang digunakan adalah deskriptif. Bungin (2014, hlm. 68) menyebutkan bahwa penelitian yang menggunakan format deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, meringkas kondisi, situasi dan fenomena realitas sosial yang menjadi objek penelitian, sebagai ciri, karakter, sifat, model, tanda atau gambaran. Format deskriptif kualitatif pada umumnya digunakan dalam penelitian studi kasus. Hasil dari penelitian ini adalah deskripsi secara mendetail berupa kata-kata yang menggambarkan komunikasi interpersonal *moslem fashion assistant* dalam membangun hubungan. menjaga kepercayaan, memenuhi janji, mengatasi konflik dan membentuk komitmen dengan pelanggan loyal Shafira.

### **3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian**

#### **3.2.1 Partisipan penelitian**

Penelitian ini menggunakan prosedur purposif dalam menentukan informan atau partisipan. Menurut Bungin (2014, hlm.107) prosedur purposif merupakan salah satu strategi menentukan informan dalam penelitian kualitatif, dengan memilih informan yang relevan atau dengan pertimbangan tertentu sesuai masalah penelitian. Informan utama dalam penelitian ini adalah *moslem fashion assistant (MFA)*. Hal ini karena MFA dapat membantu peneliti untuk memahami masalah penelitian dan menjelaskan secara mendetail mengenai komunikasi yang dilakukan *moslem fashion assistant* dengan pelanggan loyal dalam aktivitas pemasaran hubungan *Shafira*. Selain itu, memberikan informasi terkait pelanggan loyal Shafira yang memiliki kedekatan dengan masing-masing MFA.

Peneliti menggunakan kriteria dalam menentukan informan utama, yakni (1) merupakan *moslem fashion assistant* Shafira di Showroom Shafira Bandung, (2) telah menjalin hubungan baik dan dekat dengan

pelanggan loyal Shafira di Bandung, (3) terlibat dalam aktivitas pemasaran hubungan Shafira. Berdasarkan kriteria tersebut, *moslem fashion assistant* yang menjadi informan utama dalam penelitian ini tercantum pada tabel 3.1.

**Tabel 3.1. Informan Moslem Fashion Assistant**

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Moslem Fashion Assistant (MFA) Shafira Sejak
1	Intan Pujiyani (IP)	20 tahun	Perempuan	2014
2	Indra Sapta (IS)	26 tahun	Laki-laki	2012
3	Sri Nur Syamsiah (SN)	20 tahun	Perempuan	2014
4	Yani Handayani (YH)	22 tahun	Perempuan	2012

Sedangkan untuk menentukan informan pelanggan, peneliti memilih pelanggan dengan kriteria, (1) termasuk sebagai member loyal *Shafira* selama kurang lebih lima tahun, (2) memiliki hubungan dekat dengan masing-masing *MFA* yang menjadi informan penelitian. Pada awalnya peneliti menentukan jumlah informan pelanggan sebanyak lima orang, tetapi hanya diperoleh tiga informan pelanggan yang bersedia untuk diwawancarai. Selain itu, informan tersebut hanya memenuhi kriteria pertama yakni merupakan member loyal *Shafira*, namun dua diantaranya cukup mengenal baik *MFA* *Shafira*.

Hal tersebut dikarenakan peneliti mengalami kesulitan dan cukup menunggu lama untuk mendapatkan pelanggan yang bersedia diwawancarai. Terutama, karena peneliti membutuhkan waktu untuk melakukan pendekatan dengan pelanggan. Selain itu, karena faktor lainnya seperti kedatangan pelanggan yang tidak dapat dipastikan dan

perizinan dari tempat penelitian. Berdasarkan hal tersebut, pelanggan yang menjadi informan dalam penelitian ini tercantum dalam tabel 3.2.

**Tabel 3.2. Informan pelanggan**

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Pelanggan Shafira Sejak
1	Vinny Ariyanti (VA)	45 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga (IRT)	2007
2	Nina Fauzana (NF)	35 tahun	Perempuan	Ibu Rumah Tangga (IRT)	2005
3	Dewi Ratna (DR)	55 Tahun	Perempuan	PNS	2011

Selain itu, terdapat informan lainnya yang dapat memberikan informasi tambahan dalam penelitian ini yakni *chief operation (CO) Shafira*. Informan ini dipilih oleh peneliti karena dianggap dapat memberikan gambaran mengenai topik permasalahan untuk membantu peneliti dalam menyusun instrumen penelitian. Selain itu informan merupakan kepala *store* yang tentunya menjadi sumber data pendukung bagi peneliti untuk menjelaskan komunikasi antara *MFA* dengan pelanggan dan memberikan informasi seputar pelanggan loyal Shafira. Informan pendukung penelitian tercantum dalam tabel 3.3.

**Tabel 3.3. Informan pendukung**

No	Nama	Usia	Jenis kelamin	Keterangan
1	Dede	28	Laki-laki	<i>Chief Operation Shafira</i>

### 3.2.2 Tempat penelitian

Adapun, penelitian ini bertempat di Showroom Shafira, Jl. Sulanjana no.26, Tamansari, Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa

Wendy Joannita, 2018

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL MOSLEM FASHION ASSISTANT DENGAN PELANGGAN LOYAL  
DALAM KONTEKS RELATIONSHIP MARKETING**

*(Studi Kasus pada Showroom Shafira di Bandung)*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Barat, Indonesia. Lokasi ini dipilih karena Shafira Sulanjana merupakan pusat *Showroom* Shafira yang berada di Bandung.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah sebagai berikut:

#### 3.3.1 Wawancara mendalam

Wawancara mendalam dilakukan kepada pihak-pihak yang terlibat, yakni terhadap orang-orang yang menjadi sumber informasi dari penelitian ini, diantaranya *moslem fashion assistant*, pelanggan loyal dan *chief operation Shafira*. Wawancara mendalam seperti yang dijelaskan Bungin (2014, hlm. 111) merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Oleh karena itu, teknik ini dipilih karena melalui wawancara mendalam peneliti dapat mengumpulkan informasi yang diperlukan secara menyeluruh dan bersifat terbuka.

Peneliti melakukan wawancara awal dengan salah satu *moslem fashion assistant (MFA)* dan *chief operation* di *showroom Shafira* jl. Sulanjana pada bulan Maret, 2017. Tujuan dari wawancara ini ialah untuk mendapatkan gambaran masalah penelitian yang diperlukan dalam menyusun pertanyaan penelitian dan mengajukan izin penelitian di *Shafira Sulanjana*. Setelah itu, peneliti melakukan wawancara dan pendekatan dengan seluruh informan *moslem fashion assistant (MFA)* dan pelanggan. Peneliti juga melakukan wawancara tambahan untuk melengkapi informasi yang diperlukan.

Peneliti sempat mengalami kesulitan untuk mewawancarai pelanggan. Hal itu karena peneliti tidak dapat menunjukkan identitas sebagai peneliti kepada pelanggan dan waktu wawancara yang terbatas.

Oleh karena itu, selain dilakukan secara berhadapan (*face-to-face*), wawancara juga dilakukan melalui media *whatsapp*. Peneliti sempat melakukan wawancara dengan dua orang pelanggan yang merupakan pelanggan loyal dan pelanggan dekat dari informan YH dan SN. Tetapi karena beberapa hambatan dan situasi yang tidak mendukung, pendekatan tidak berjalan sesuai yang diharapkan. Sehingga, peneliti memutuskan untuk tidak memilih pelanggan tersebut sebagai informan. Peneliti kemudian berhasil melakukan pendekatan dengan FN, VA dan DR yang bersedia untuk diwawancarai pada bulan Juni, 2017.

### 3.3.2 Observasi

Pengumpulan data juga dilakukan dengan menggunakan teknik observasi. Pada observasi kualitatif, peneliti mengamati perilaku dan aktivitas individu-individu di lokasi penelitian secara langsung dan merekam atau mencatat secara terstruktur maupun semistruktur. Peneliti juga dapat terlibat sebagai non partisipan hingga partisipan utuh (Creswell, 2010, hlm. 267). Tujuan dilakukan observasi ini ialah untuk mendapatkan informasi secara menyeluruh mengenai komunikasi interpersonal yang dilakukan *moslem fashion assistant* dengan pelanggan dalam aktivitas pemasaran *Shafira*. Terutama, dalam melakukan pendekatan dan mengumpulkan data penelitian yang hanya bisa diperoleh melalui proses pengamatan, seperti gerak tubuh dan ekspresi wajah.

Peneliti melakukan observasi dengan berperan serta sebagai asisten *moslem fashion assistant*. Selain itu, peneliti mengikuti prosedur penampilan *MFA* dan menyesuaikan dengan aturan jam kerja yang berlaku. Hal ini dilakukan agar pelanggan tidak merasa terganggu dan pengamatan dapat dilakukan secara natural di lokasi penelitian. Melalui observasi, peneliti dapat melakukan pendekatan dengan informan *MFA* dan pelanggan. Observasi dilakukan selama April hingga Juni 2017.

### 3.3.3 Dokumentasi

Selain itu peneliti mengumpulkan data melalui dokumentasi. Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data berupa dokumen publik atau dokumen privat. Dokumentasi memungkinkan peneliti memperoleh bahasa dan kata-kata tekstual dari partisipan (Creswell, 2010, hlm. 269). Pada penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data mengenai *company profile*, dokumentasi percakapan, arsip atau foto sebagai data pendukung dalam penelitian ini. Dokumentasi ini dilakukan secara insidental, selama observasi maupun diluar waktu observasi.

### 3.4 Sumber Data

Penelitian ini akan dibagi atas dua sumber data, diantaranya:

#### 3.4.1 Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data hasil wawancara dengan *moslem fashion assistant*, pelanggan dan *chief operation* Shafira. Selain itu, data diperoleh dari hasil pengamatan selama dilapangan.

#### 3.4.2 Data Sekunder

Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini adalah hasil dokumentasi yang peneliti gunakan untuk mendukung dan melengkapi data penelitian, yakni berupa arsip *company profile* dan gambar atau foto terkait kegiatan pemasaran *Shafira* dalam menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

### 3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan oleh peneliti, yakni berupa:

- 1) Pedoman wawancara, digunakan untuk memberikan batasan dan arahan dalam proses tanya jawab.
- 2) *Tape recorde*, digunakan untuk merekam wawancara.
- 3) Buku catatan, digunakan untuk mencatat hal-hal yang penting sebagai data pendukung dalam analisa berdasarkan pengamatan selama dilapangan.

Peneliti tidak membagikan instrumen kepada partisipan. Sehingga dalam hal ini peneliti merupakan instrumen kunci (*researcher as a key instrument*), satu-satunya instrumen dalam mengumpulkan informasi dengan menggunakan teknik pengumpulan data secara natural (Creswell, 2010, hlm. 261). Menurut Sugiyono (2016, hlm. 222), kualitas instrumen penelitian sangat penting dalam memengaruhi kualitas hasil penelitian. Oleh karena itu, peneliti sebagai instrumen perlu divalidasi dengan mengevaluasi sejauh mana peneliti memahami metode kualitatif, penguasaan teori dan wawasan terhadap permasalahan yang diteliti. Peneliti sebagai *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.

### **3.6 Teknik Pengolahan Data**

#### **3.6.1 Teknik Penganalisisan Data**

Analisis data melibatkan pengumpulan data yang terbuka, yang didasarkan pada pertanyaan-pertanyaan umum dan analisis informasi dari para partisipan. Proses analisis data secara keseluruhan melibatkan usaha memaknai data yang berupa teks atau gambar. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif, seperti yang dipaparkan oleh Creswell (2010, hlm. 274). Proses analisis melalui beberapa tahap, yakni:

##### **1) Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis**

Peneliti membuat transkrip hasil wawancara, melakukan *scanning* materi, dan memilih atau menyusun data kedalam jenis-jenis yang berbeda tergantung sumber data.

##### **2) Membaca keseluruhan data**

Analisis data pertama dimulai dengan membangun gagasan umum atas informasi yang diperoleh. Peneliti menganalisis gagasan umum yang terkandung dalam perkataan partisipan dari hasil wawancara



hingga dokumentasi. Selain itu, menganalisis kedalaman dan kredibilitas data.

### 3) Menganalisis lebih detail dengan meng-coding data

Peneliti melakukan *coding* data dengan mengolah materi/informasi menjadi segmen-segmen tulisan (Rossman & Rallis, dalam Creswell, 2010, hlm. 276). Kemudian, peneliti membuat kategori atau tema-tema tertentu. Tema ini didasarkan pada bahasa atau istilah yang digunakan keempat partisipan *moslem fashion assistant*, pelanggan dan *chief operation* Shafira. Tema-tema tersebut kemudian diidentifikasi dan dideskripsikan sebagai hasil penelitian ini.

### 4) Penyajian deskripsi atau tema-tema dalam narasi

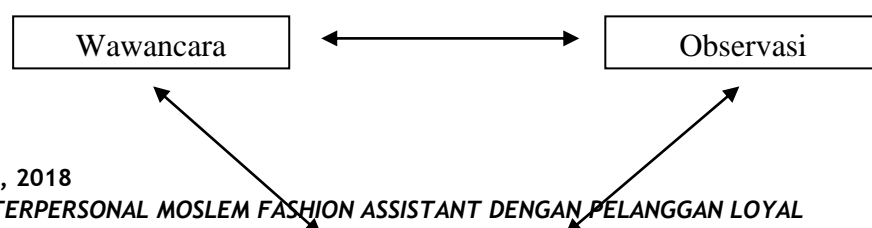
Peneliti menerapkan pendekatan naratif dalam menyampaikan deskripsi hasil temuan, meliputi pembahasan tentang peristiwa, tema-tema, sub tema, dan kutipan. Selain itu, data disajikan dalam bentuk matriks hasil penelitian.

### 5) Mengintepretasi atau memaknai data

Pada penelitian ini, peneliti melakukan intepretasi data dengan membandingkan hasil penelitian dengan literatur atau teori yang terdapat dalam bab sebelumnya. Hasil penelitian dapat membenarkan atau menyangkal informasi sebelumnya yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal dalam konteks pemasaran hubungan (*relationship marketing*).

## 3.6.2 Teknik Pengujian Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik triangulasi. Triangulasi bertujuan untuk melakukan pengecekan dan menguji kredibilitas data. Peneliti melakukan pengecekan data dari berbagai sumber, data dan waktu (Sugiyono, 2016, hlm. 273-274) .



Wendy Joannita, 2018

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL MOSLEM FASHION ASSISTANT DENGAN PELANGGAN LOYAL  
DALAM KONTEKS RELATIONSHIP MARKETING  
(Studi Kasus pada Showroom Shafira di Bandung)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Dokumentasi

**Gambar 3.1. Teknik triangulasi**

### **1) Triangulasi sumber**

Data yang telah diperoleh dari informan, kemudian dilakukan pengecekan dengan cara di deksripsikan, dikategorisasikan dan dikelompokan berdasarkan makna yang sama, sehingga menghasilkan kesimpulan yang sama dari informan. Peneliti melakukan triangulasi sumber dari hasil wawancara dengan informan *moslem fashion assistant*, pelanggan dan *chief operation Shafira*.

### **2) Triangulasi teknik**

Pengecekan data dilakukan kepada sumber yang sama berdasarkan teknik pengumpulan data, yakni wawancara, observasi dan dokumentasi. Jika dengan ketiga teknik tersebut data yang dihasilkan berbeda-beda, maka peneliti akan melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data untuk memastikan data yang dianggap benar.

### **3) Triangulasi waktu**

Peneliti melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi dalam waktu atau situasi yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk menghasilkan data yang lebih valid dan kredibel. Jika hasil uji menghasilkan data yang berbeda, peneliti akan mengulang hingga menemukan data yang pasti.