

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di *Sonic Chicken* Nagara, Kecamatan Daha Selatan, Kabupaten Hulu Sungai Selatan, Provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Lokasi ini dipilih karena *Sonic Chicken* Nagara merupakan salah satu usaha kuliner yang memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi pemasaran yang menarik konsumen, dan membangun loyalitas pelanggan.

Gambar 3.1 lokasi penelitian *Sonic Chicken* Nagara



Sumber gambar diambil 16 Juli 2026

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam berdasarkan kondisi yang terjadi di lapangan. Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis strategi komunikasi

pemasaran digital dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan pada *Sonic Chicken* Nagara secara mendalam. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

C. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan serta menganalisis fenomena yang terjadi di lapangan dengan mengaitkan antara fakta, data, dan teori yang relevan.

Menurut (Drs. Untung Lasiyono S.E., 2023) pendekatan kualitatif ialah untuk mehamami atau memperoleh pemahaman mengenai fenomena atau gejala yang diangkat untuk diteliti secara mendalam.

D. Data dan Sumber Data

1. Data

Data adalah sekumpulan fakta, informasi, atau keterangan yang diperoleh dari suatu objek penelitian yang kemudian dikumpulkan, dicatat, dan dianalisis untuk menjawab permasalahan dalam penelitian. Proses pengumpulan data harus dilakukan secara sistematis dan menggunakan metode yang tepat agar data yang diperoleh benar- benar menggambarkan kondisi yang sebenarnya di lapangan. Dengan adanya data yang *valid* dan *reliable*, maka hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya.

Berkut beberapa teknik yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitian.

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung di lapangan melalui observasi dan wawancara. Data ini berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan oleh *Sonic Chicken* Nagara dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang mana data sekunder adalah data-data yang didapatkan dari berbagai dokumen yang berbentuk tulisan baik berupa peraturan kebijakan, catatan-catatan, arsip ataupun foto-foto yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh sumber data melalui teknik *purposive sampling*, yaitu Teknik pengambilan informan yang sesuai dengan tujuan penelitian serta berkaitan dengan fenomena yang akan dikaji. Informan ditentukan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti.

a. Informan Kunci

Informan kunci dalam penelitian ini adalah Bapak Zainuddin selaku *Supervisor Sonic Chicken* Nagara. Informan kunci dipilih karena memiliki tanggung jawab dalam merencanakan, mengelola, dan mengevaluasi strategi komunikasi pemasaran digital yang

diterapkan perusahaan. Selain itu, *supervisor* memiliki pengetahuan yang menyeluruh mengenai tujuan, pelaksanaan, dan perkembangan strategi pemasaran digital sehingga mampu memberikan informasi yang lengkap sesuai dengan fokus penelitian.

b. Informan Utama

Informan utama dalam penelitian ini terdiri dari 2 orang karyawan *Sonic Chicken* Nagara yaitu Khadijah dan Hayatun Nopus. Karyawan dipilih karena terlibat secara langsung dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran digital, seperti memberikan informasi kepada pelanggan, membantu pelaksanaan promosi, serta berinteraksi dengan pelanggan dalam kegiatan operasional sehari-hari. Pengalaman mereka memberikan data yang relevan mengenai implementasi strategi komunikasi pemasaran digital di lapangan.

c. Informan Pendukung

Informan pendukung dalam penelitian ini terdiri dari 5 yaitu Faisal, Risma, Nisa, Erna Sari, dan Siti Fatimah sebagai pelanggan *Sonic Chicken* Nagara. Pelanggan dipilih karena telah melakukan pembelian lebih dari satu kali, mengikuti informasi promosi melalui media sosial, serta memiliki pengalaman secara langsung terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Informasi dari pelanggan diperlukan untuk mengetahui tanggapan mereka terhadap strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan serta faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan.

E. Desain Operasional Penelitian

Tabel 3.1

Desain Operasional Penelitian

Teori	Variabel	Sub Variabel	Indikator
Komunikasi Pemasaran (Kotler et al 2021)	Strategi Komunikasi Pemasaran (X)	1. <i>Awareness</i> 2. <i>Interest</i> 3. <i>Desire</i> 4. <i>Action</i>	a. Mengetahui Produk Melalui Media Digital b. Memberi Respon (like, komentar, dll) & Tertarik Mencari Informasi Lebih Lanjut c. Tertarik Mencoba Produk d. Melakukan Pembelian
Loyalitas Pelanggan (Don Peppers & Martha)	Loyalitas Pelanggan (Y)	1. Pembelian Ulang 2. Rekomendasi	a. Melakukan Pembelian ulang b. Merekomendasikan Kepada Orang lain c. Tetap Menggunakan

Teori	Variabel	Sub Variabel	Indikator
Rogers, 2022)		3. Hubungan Jangka Panjang	Produk dalam Jangka Waktu Lama d. Memiliki Rasa Percaya dan Nyaman Terhadap Produk
		4. Keterkaitan Emosional	

Sumber: Dibuat Peneliti Tahun 2026

F. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kualitatif biasanya menggunakan beberapa jenis sumber pengumpulan data secara simultan, sesuai dengan topik atau konteks penelitian. Hal ini penting karena kelemahan suatu sumber data dapat ditutupi atau dilengkapi oleh sumber pengumpulan data lainnya.

1. Wawancara

Menurut (Sumilih Ario Dimas, 2025) wawancara adalah teknik pengumpulan data yang menjadi karakteristik utama dalam penelitian kualitatif. Teknik ini dilakukan untuk menggali informasi secara mendalam dari narasumber yang memungkinkan peneliti memahami perasaan, pengalaman, motivasi persepsi, dan makna yang dirasakan narasumber terhadap suatu fenomena. Narasumber dapat menyampaikan

pandangan, pengalaman, dan perasaan mereka secara lebih bebas dibandingkan teknik lain.

2. Observasi

Teknik ini memungkinkan peneliti mengamati perilaku, interaksi sosial, serta konteks yang membentuk suatu fenomena tanpa intervensi yang berlebihan. Observasi juga memberikan keuntungan bagi peneliti untuk menyaksikan secara langsung perilaku dan aktivitas narasumber, sehingga tidak hanya bergantung pada informasi yang mereka sampaikan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan berbagai dokumentasi atau arsip yang berkaitan dengan penelitian. Metode dokumentasi digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data yang diperoleh dari wawancara dan observasi.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data deskriptif. Dimana jenis data yang berbentuk informasi baik lisan maupun tulisan yang bersifat bukan angka. Data dikelompokkan agar lebih mudah menyaring data yang dibutuhkan dan mana yang tidak dibutuhkan. Setelah dikelompokkan data tersebut penulis akan menjabarkan dalam bentuk teks agar lebih dimengerti, setelah itu penulis menarik kesimpulan dari data tersebut, sehingga dapat menjawab pokok masalah penelitian.

Untuk menganalisis berbagai phenomena dilapangan langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Reduksi data dalam penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran digital *Sonic Chicken* Nagara dilakukan dengan cara memilih dan menyederhanakan berbagai data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, serta dokumentasi. Penelitian memfokuskan pada informasi yang relevan dengan aktivitas pemasaran digital. Data yang direduksi meliputi jenis konten yang diunggah, seperti promosi menu, diskon, konten visual makanan, serta penggunaan caption yang menarik untuk meningkatkan *engagement*. Selain itu, peneliti juga mengidentifikasi pola komunikasi yang digunakan, seperti penggunaan bahasa santai, interaktif, dan sesuai dengan target pasar.

Selanjutnya, proses reduksi data juga menekankan pada bagaimana *Sonic Chicken* Nagara membangun interaksi dengan pelanggan melalui fitur digital seperti komentar, *direct message*, dan *story*. Peneliti menyaring informasi terkait respon pelanggan terhadap konten promosi, seperti jumlah likes, komentar positif, serta testimoni pelanggan. Dari proses ini, diperoleh gambaran awal mengenai bagaimana strategi komunikasi digital yang diterapkan mampu menarik perhatian konsumen, membangun hubungan emosional, serta mendorong minat beli yang berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Penyajian Data

Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis dalam bentuk uraian naratif berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data disajikan untuk menggambarkan bagaimana Sonic Chicken Nagara memanfaatkan Instagram, WhatsApp, dan TikTok sebagai media strategi komunikasi pemasaran digital serta keterkaitannya dengan respons dan loyalitas pelanggan.

Untuk memperkuat temuan penelitian, penyajian data dilengkapi dengan kutipan hasil wawancara dari supervisor, karyawan, dan pelanggan, serta dokumentasi berupa foto lokasi penelitian, tangkapan layar media sosial, konten promosi, komentar pelanggan, dan bukti promosi digital. Dengan demikian, penyajian data menunjukkan keterkaitan antara strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan Sonic Chicken Nagara dengan upaya meningkatkan loyalitas pelanggan.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan dengan menginterpretasikan seluruh data yang telah dianalisis guna menjawab rumusan masalah. Proses ini bertujuan untuk memberikan makna terhadap temuan penelitian sehingga dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya terjadi di lapangan secara sistematis dan mendalam.

Selanjutnya, proses verifikasi dilakukan melalui teknik triangulasi data, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan keakuratan serta konsistensi temuan penelitian. Melalui triangulasi, peneliti dapat

meningkatkan validitas data sehingga informasi yang diperoleh benar-benar mencerminkan kondisi nyata di lapangan.

H. Uji Kredibilitas Data

Tahapan untuk menjamin kredibilitas atau kepercayaan terhadap hasil penelitian kualitatif meliputi beberapa langkah.

1. Melakukan Pengamatan

Bertujuan agar peneliti memperoleh informasi yang lebih mendalam dan akurat. Melalui proses ini, hubungan *rapport* antara peneliti dan narasumber dapat terjalin dengan baik sehingga narasumber merasa lebih nyaman dan terbuka dalam memberikan informasi.

2. Triangulasi

Teknik pemeriksaan keabsahan data dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber, menggunakan berbagai metode, serta dilakukan dalam waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi data.

3. Diskusi dengan rekan atau pihak lain

Peneliti bertukar pikiran dengan orang yang memahami data penelitian. Hal ini bertujuan untuk memperoleh masukan sehingga data yang dihasilkan menjadi lebih valid.

4. Menggunakan bahan referensi

Adanya data pendukung yang dapat memperkuat hasil penelitian, seperti rekaman wawancara, foto, atau dokumentasi lain yang relevan.