

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1.Lokasi Penelitian

Objek penelitian yang digunakan peneliti adalah Konsumen Telkonsel. Lokasi Yang di gunakan oleh penulis untuk melakukan penelitian di Jalan Amutai-Tanjung Desa Tayur, Kecamatan Amuntai Utara, Kabupaten Hulu Sungai Utara,Provinsi Kalimantan Selatan,Indonesia.

3.2.Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang di gunakan adalah pendekatan kualitatif. (Sugiyono, 2015) yang di maksud dengan kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, sebagai lawannya adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisi data induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

3.3.Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. (Anggara, 2015) Penelitian deskriptif yaitu penelitan yang menjelaskan sesuatu yang menjadi sasaran penelitan secara mendalam. Artinya penelitian tersebut dilakukan untuk mengungkapkan segala sesuatu atau berbagai aspek dari sasaran penelitian. Jadi yang menjadi objek permasalahan dalam penelitian adalah berkenaan tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen telkonsel di desa Tayur.

3.4.Data Dan Sumber Data

1. Data

a. Data Primer

Data Primer adalah data yang hanya dapat kita peroleh dari sumber asli atau pertama. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Adapun data primer yang penulis ambil adalah melakukan wawancara dan observasi langsung di lapangan. (Sugiyono. 2018:225) dalam kutipan (Ibrahim, 2021), penelitian ini saya fokuskan pada masyarakat Desa Tayur yang menggunakan layanan Telkomsel.

2. Sumber Data

Sumber data adalah subjek dari mana data diperoleh, sumber data dalam penelitian ini adalah informan. Informan adalah orang-orang yang benar-benar paham atau orang-orang yang terlibat langsung dengan permasalahan penelitian. Informan tersebut memiliki informasi-informasi yang diperlukan oleh peneliti dalam sebuah penelitian.

Dalam penelitian yang menjadi sumber data adalah:

No	Nama	Jabatan
1	Muhammad Maki	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
2	Azzam Fikri	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
3	Ahmad Juhdi	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
4	Asiah	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
5	Siti Saleha	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
6	Imam Safawi	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
7	Abdul Karim	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
8	Majidi	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
9	Sulaiman	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
10	Julaiha	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
11	Saubani	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel

12	Siti Fatimah	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
13	Abdullah	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
14	Siti Rahmah	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
15	Muhammad Maulana	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
16	Umi Kulsum	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
17	Faisal Hakim	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
18	Suwaibatul Islamiyah	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
19	Nafisah	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel
20	Muhammad Yady	Masyarakat Tayur Konsumen Telkomsel

3.5.Desain Operasional Penelitian

Variabel operasional adalah penjelasan tentang metode tertentu yang digunakan peneliti untuk mengukur (opsionalisasi) konstruk menjadi variabel penelitian yang dapat dituju. Hal ini memungkinkan peneliti lain untuk mereplikasi (mengulangi) pengukuran dengan cara yang sama, atau mencoba mengembangkan cara pengukuran konstruksi yang lebih baik. Penelitian ini menggunakan dua variabel. Variabel pertama merupakan variabel bebas yaitu pengaruh kualitas layanan, promosi, dan harga. Variabel kedua adalah variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian.

3.5.1. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel terikat atau sering disebut dengan variabel output, kriteria, konsekuensi merupakan variabel yang dipenuhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam variabel ini ada satu variabel terikat yang digunakan yaitu Keputusan Pembelian Konsumen. Keputusan Pembelian Konsumen yang diteliti diambil dari literasi buku, jurnal, dan karya tulis lainnya.

3.5.2. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), variabel ini sering disebut sebagai variabel Stimulus, Predictor, Antecedent. Adapun variabel Independen dalam penelitian ini ialah variable Kualitas Layanan. Promosi, Harga dan Sehingga akan menghasilkan pengaruh variabel Independen terhadap variabel Dependen.

Adapaun Desain Operasional Penelitian dalam hal ini dapat dilihat dalam di penjelasan sebagai berikut :

3.5.3. Kualitas layanan

1. Keandalan Merupakan kemampuan untuk memberikan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan. Ini berarti layanan disediakan secara tepat waktu dan sesuai dengan yang dijanjikan, tanpa kegagalan atau kesalahan yang signifikan.
2. Daya Tanggap Mengacu pada kemampuan untuk merespons kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cepat. Ini mencakup waktu tanggapan terhadap pertanyaan, keluhan, atau permintaan pelanggan serta kemampuan untuk menanggapi perubahan atau situasi yang mungkin terjadi.
3. Jaminan Menunjukkan kepastian bahwa layanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Ini bisa berupa garansi terhadap produk atau jasa, serta jaminan bahwa masalah pelanggan akan diselesaikan dengan baik.

4. Empati Berarti memiliki kemampuan untuk memahami dan merasakan perasaan serta kebutuhan pelanggan. Ini melibatkan pendekatan yang peduli dan pengertian terhadap situasi atau masalah yang dihadapi pelanggan.
5. Bukti Fisik Mengacu pada bukti konkret atau nyata dari kualitas layanan yang diberikan. Ini bisa berupa bukti-bukti visual, seperti fasilitas fisik yang bersih dan terawat, serta materi promosi atau informasi yang jelas dan akurat.

3.5.4. Promosi

1. Periklanan merupakan informasi melalui media massa seperti televisi, radio, internet dan cetak
2. Promosi Penjualan merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian produk atau layanan seperti diskon, kupon dan sampel gratis.
3. Penjualan Pribadi merupakan interaksi langsung antara tenaga penjual dan konsumen potensial untuk mempengaruhi keputusan pembelian.
4. Hubungan masyarakat merupakan upaya membangun hubungan baik dengan public melalui pemberitahuan positif dan kegiatan social.
5. Pemasaran langsung merupakan komunikasi langsung dengan konsumen individu melalui surat, telepon atau media digital untuk menghasilkan respons atau transaksi langsung.

3.5.5. Harga

1. Harga terjangkau oleh kemampuan daya beli konsumen.

2. Kesesuaian antara harga dengan kualitas.
3. Harga memiliki daya saing dengan produk lain yang sejenis.

3.5.6. Keputusan Pembelian

1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk.
2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai.
3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.
4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi data yang dibutuhkan dalam penulisan penelitian ini maka penulis mengumpulkan data-data ini melalui :

1.6.1. Wawancara

Yaitu dengan melakukan wawancara secara langsung mengenai hal-hal yang berhubungan dengan kualitas layanan ,promosi dan harga pada layanan Telkomsel.

1.6.2. Observasi (Pengamatan)

Observasi di sebut juga pengamatan,yang meliputi kegiatan pemantau perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera.

1.6.3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen biasa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumentasi dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dan pengguna metode observasi dan wawancara dalam penelitan kualitatif.

3.7. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012: 89) dalam kutipan (Zakariah et al., 2020) analisis data adalah proses mencari dan menyusun data 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 mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Miles and Huberman (Sugiyono, 2011: 91) dalam kutipan (Ashari & Boediono, 2020) mengemukakan terdapat 3 langkah dalam analisis data, yaitu reduksi data, display data, dan verifikasi data.

3.7.1. Reduksi data

Menurut Sugiyono (2012: 92) dalam (Wand, 2013) mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Sehingga data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

3.7.2. Display data

Setelah data di reduksi, maka langkah selanjutnya dalam analisis data ini adalah display data atau penyajian data. Miles and

Huberman (Sugiono, 2012:95) menyatakan bahwa yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3.7.3. Verifikasi data

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan. Apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

3.8. Uji kredibilitas Data

Uji Kredibilitas adalah uji kepercayaan dari data yang dihasilkan selama proses penelitian kualitatif (Sugiyono, 2011) dalam kutipan (Octaviani & Sutriani, 2019). Moleong (2005) memaparkan tujuan uji (*credibility*) kredibilitas data untuk menilai kebenaran dari temuan penelitian kualitatif. Uji kredibilitas dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Teknik triangulasi yang paling banyak

digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Dengan triangulasi ini, semua data yang telah didapatkan dari beberapa sumber akan di cek.

Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan dua macam triangulasi, Yaitu:

3.8.1. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik berarti penelitian menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data yang sama. Dalam triangulasi ini, peneliti dapat menggabungkan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

3.8.2. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda namun dengan teknik yang sama.

Selain itu, untuk menguji kredibilitas juga dapat dilakukan dengan perpanjangan keikutsertaan penelitian di lapangan hingga kejenuhan pengumpulan data tercapai. Dengan cara ini peneliti akan lebih banyak mempelajari hal-hal yang ada di lapangan, sehingga akan memungkinkan meningkatkan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan.