

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, masalah yang akan diteliti masih remang remang, bahkan gelap kompleks dan dinamis (Sugiono, 2017). Masalah dapat berubah setelah peneliti memasuki lapangan dan mengetahui masalah yang sesungguhnya terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi alasan atau motivasi para pecinta *hiking* fanatik pada produk Eiger, dengan cara melakukan wawancara terhadap beberapa orang pecinta *hiking* yang memiliki karakter loyalitas fanatik terhadap produk Eiger.

Alasan utama peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif karena menganalisis terbentuknya sifat loyalitas fanatik tidak dapat dilakukan dengan jenis penelitian lain selain penelitian kualitatif, karena dengan menggunakan penelitian kualitatif peneliti dapat menyampaikan secara rinci bagaimana karakter loyalitas fanatik dapat terbentuk dalam diri seseorang. Dengan menggunakan penelitian kualitatif maka peneliti dapat menyampaikan hasil penelitian secara rinci dan naratif, yang akan menjelaskan karakter loyalitas fanatik secara lebih detail dan rinci.

Teknik Analisis data dilakukan dengan *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding* (Gioia, Corley, dan Hamilton, 2012). Informan yang berpartisipasi dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut: pecinta alam / pecinta

hiking, memiliki sekurang kurangnya 7 produk merek Eiger, menggunakan produk merek Eiger kurang lebih 1 tahun lebih.

Tabel 3.1 Tahap Penelitian

Tahapan Penelitian Gioia, Corley, Hamilton (2012)	Tahapan Penelitian Rr. Rooswanti Putri Adi Agustini (2017)	Tahapan Penelitian ini
1. <i>Research Design</i>	1. Pendefinisian Pertanyaan Penelitian	1. Pendefinisian Pertanyaan Penelitian
2. <i>Data Collection</i>	2. Pemilihan Kasus	2. Pemilihan Kasus
3. <i>Data Analysis</i> a. <i>Open Coding</i> b. <i>Axial Coding</i>	3. Penetapan Informan Dan Protokol Pengumpulan Data	3. Penetapan Informan Dan Pengumpulan Data
4. <i>Grounded Theory Articulation</i> a. <i>Formulate Dynamic Relationships</i> b. <i>Transform Static Data Structure Into Dynamic Grounded Theory Model</i> c. <i>Conduct Additional Consultations With The Literature</i>	4. Studi Lapangan	4. Studi Lapangan
	5. Analisis Data a. <i>Open Coding</i> • Analisis Pembuktian Terjadinya <i>Causal Ambiguity</i> • Analisis Pembentukan Causal : Analisis Komponen Dan Karakteristiknya b. <i>Axial Coding</i> • Analisis Pembuktian Terjadinya <i>Causal Ambiguity</i> • Analisis Pembentukan Causal : Analisis Komponen Dan Karakteristiknya c. <i>Selective Coding</i> • Analisis Pembentukan	5. Analisis data a. <i>Open Coding</i> • Analisis Pembuktian adanya loyalitas fanatik pada para pecinta <i>hiking</i> . • Analisis Pembentukan loyalitas fanatik b. <i>Axial Coding</i> • Analisis Pembuktian Terjadinya loyalitas fanatik. • Analisis Pembentukan loyalitas fanatik c. <i>Selective Coding</i> • Analisis Pembentukan loyalitas fanatik

	Causal : Analisis Interaksi Dan Komponen <ul style="list-style-type: none"> • Model Pembentukan <i>Causal Ambiguty</i> Sebagai Proses Dinamis 	
	6. Pembentukan Proposisi	6. Memaparkan Perilaku Para Pencinta <i>Hiking</i> Pada Produk <i>Eiger</i> .
	7. Pembeding-an Pustaka	7. Pengakhiran Penelitian
	8. Pengakhiran Penelitian	

3.2. Informan Penelitian

Riset kualitatif tidak bertujuan untuk membuat generalisasi hasil penelitian. Hasil riset lebih bersifat kontekstual dan kaustik, yang berlaku pada waktu dan tempat tertentu sewaktu riset dilakukan. Peneliti dapat memilih sampel yang diharapkan untuk mendukung teori yang muncul atau sampel yang diharapkan untuk memperbaiki dan memperluas teori baru, (Shah dan Corley, 2006). Sampel yang menjadi fokus peneliti harus benar benar menjadi kunci jawaban untuk penelitian kualitatif. Sampel pada riset kualitatif disebut informan atau subyek riset, yaitu orang-orang dipilih untuk diwawancarai atau diobservasi sesuai tujuan riset. Disebut subyek riset, bukan obyek, karena informan dianggap aktif mengkonstruksi realitas, bukan sekedar obyek yang hanya mengisi kuesioner (Kriyantono, 2009). Kriteria pemilihan informan yang menjadi sumber data dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Sumber primer
 - a. Laki – laki / perempuan berusia 20 tahun keatas
 - b. Melakukan kegiatan *hiking*

- c. Menggunakan produk Eiger lebih dari 1 tahun
- d. Memiliki produk Eiger lebih dari 7 item produk

2. Sumber sekunder

- a. Dokumen seperti foto
- b. Buku sebagai acuan teori
- c. Referensi seperti jurnal penelitian yang relevan

Pemilihan informan dengan membatasi usia 20 tahun keatas, karena dianggap dapat memberikan kedalaman data untuk penelitian dan informasi yang diberikan cukup jelas, sehingga memberikan pemahan yang baik terkait pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Selain itu pemilihan informan dapat dipilih dari rekomendasi informan pertama yang memungkinkan peneliti mendapatkan data secara jelas terkait informan lainnya yang dapat memberikan pengetahuan dan pengalamanya dalam dunia pendakian dan dalam hal menggunakan produk Eiger.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara mendalam (*in depth interview*) terhadap objek penelitian dan juga menggunakan teknik pengumpulan data dengan dokumen. Penggunaan beberapa metode tersebut merupakan metode triangulasi sumber yang berguna untuk memeriksa konsistensi hasil temuan penelitian.

1. Jenis wawancara tak berstruktur (*unstructured interview*).

yaitu wawancara bebas, peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap dalam proses pengumpulan datanya (Sugiono, 2017). Wawancara mendalam dilakukan oleh peneliti terhadap para pecinta *hiking* atau para pecinta alam yang menggunakan produk Eiger. Hasil dari wawancara dapat digunakan oleh peneliti sebagai bukti bagaimana karakter loyalitas dapat terbentuk. Durasi pelaksanaan *in-depth interview* dilakukan kurang lebih selama 25 menit yang benar-benar menuju ke arah hal yang ingin peneliti ketahui, namun durasi wawancara sebenarnya jauh lebih lama yaitu kurang lebih dilakukan dalam waktu 1 sampai 2 jam. Seluruh data hasil *in-depth interview* direkam, dicatat ke dalam *note*, dan ditranskripkan untuk menghindari bias dari peneliti. Jenis-jenis pertanyaan yang diajukan oleh peneliti dalam wawancara ada lima pertanyaan yang saling berkaitan satu sama lain, yaitu (Sugiono, 2007):

- a. Pertanyaan tentang pengalaman mendaki, pengalaman menggunakan produk Eiger, kepuasan saat menggunakan produk Eiger.
- b. Pertanyaan tentang pendapat informan tentang produk Eiger, tentang sikap fanatik seorang konsumen.
- c. Pertanyaan tentang perasaan informan saat menggunakan produk Eiger, dan saat produk Eiger diragukan oleh orang lain.
- d. Pertanyaan tentang latar belakang informan dalam melakukan kegiatan *hiking*, dan latar belakang informan sampai bisa memiliki sikap fanatik.
- e. Pertanyaan tentang seberapa jauh pengetahuan informan terhadap produk yang informan sukai.

Alat yang digunakan untuk wawancara dalam penelitian ini adalah:

- a. *Handphone*: untuk mengambil dokumen seperti foto, dan merekam percakapan yang dilakukan saat wawancara.
- b. *Note* kecil (buku catatan kecil): untuk mencatat poin-poin utama yang akan ditanyakan sekaligus untuk memudahkan penulisan kembali setiap jawaban yang diperoleh dari narasumber.

2. Pengumpulan data dengan dokumen

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang (Sugiono, 2017). Dokumen berbentuk gambar seperti foto yang dimiliki oleh informan penelitian saat melakukan *hiking* dan menggunakan produk dengan merek Eiger, atau foto beberapa produk merek Eiger yang dimiliki oleh objek penelitian. Dokumen dalam bentuk foto tersebut dapat membantu peneliti untuk membuktikan bahwa informan benar adanya memiliki kefanatikan terhadap produk Eiger.

3. Triangulasi sumber data

Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiono, 2017). Peneliti menggabungkan semua data yang diperoleh saat pengumpulan data melalui wawancara dan pengumpulan data dengan

dokumen untuk mencocokkan data yang akan digunakan untuk mengidentifikasi alasan terbentuknya karakter loyalitas fanatik.

3.4 Trustworthiness

Ada empat kriteria untuk dapat menjaga trustworthiness dalam penelitian kualitatif yaitu; *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Shah dan Corley, 2006). Dalam penelitian ini untuk menjaga *credibility* maka peneliti menggunakan triangulasi sumber data, jadi untuk memastikan ke validitasan jawaban dari informan, maka peneliti menanyakan beberapa kali pertanyaan yang hampir menyerupai untuk memastikan jawaban yang diberikan oleh informan tetap sama. Untuk menjaga *transferability*, kategori yang muncul dari hasil transkrip wawancara (*interview*), dan dokumen arsip diekspor ke file *spreadsheet*, file hasil wawancara telah diekspor peneliti pada *google drive* untuk menjaga apabila dibutuhkan sewaktu waktu. Menjaga *dependability* penelitian, peneliti melakukan pengumpulan data sampai pada kondisi *saturation* sehingga akan menghasilkan data yang konsisten. Keseluruhan hasil wawancara (*interview*) dicatat dalam *field notes*, direkam, ditranskripkan untuk menghindari bias dan *influence* dari peneliti sehingga *confirmability* dapat terjaga (Shah dan Corley, 2006).

3.5 Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Gioia, Corley, dan Hamilton (2012) Analisis data dilakukan dengan *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. Analisis dimulai dengan open coding untuk mengidentifikasi konsep yang sesuai dengan kenyataan dari data dan mengelompoknya kedalam beberapa kategori (Gioia, Corley, dan Hamilton, 2012). *Open Coding*, analisis pembuktian adanya loyalitas fanatik pada para pecinta *hiking*, analisis pembentukan loyalitas fanatik. *axial coding* dilakukan untuk untuk proses pembuktian loyalitas fanatik (Gioia, Corley, dan Hamilton, 2012). *Axial coding* pada penelitian ini digunakan untuk menganalisa pembuktian loyalitas fanatik, analisis pembentukan loyalitas fanatik. *Selective coding* adalah proses analisis *interaksi* antar komponen dan pembentukan konsep loyalitas fanatik (Gioia, Corley, dan Hamilton, 2012). *Selective coding* pada penelitian ini digunakan untuk menganalisis pembentukan loyalitas fanatik.