

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian fenomenologi. Penelitian fenomenologis merupakan penelitian yang berfokus pada sesuatu yang dialami dalam kesadaran individu, yang disebut sebagai intensionalitas (Smith dkk., 2009). Intensionalitas (*intentionality*), menggambarkan hubungan antara proses yang terjadi terhadap kesadaran dengan obyek yang menjadi perhatian pada proses itu. Dalam term fenomenologi, pengalaman atau kesadaran pada sesuatu, melihat adalah melihat sesuatu, mengingat adalah mengingat sesuatu, menilai adalah menilai sesuatu.

Sesuatu itu adalah obyek dari kesadaran yang telah distimulasi oleh persepsi dari sebuah obyek yang “*real*” atau melalui tindakan mengingat atau daya cipta (Smith dkk., 2009). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena tentang perilaku konsumen wanita atau ibu-ibu dan motif belanja dari konsumen tersebut. Penelitian ini mengikuti tahap penelitian yang dilakukan oleh Eisenhardt (1989) untuk membangun sebuah teori melalui berbagai proses penelitian berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan serta menggunakan pendekatan penelitian yang dilakukan Gioia dkk. (2012) untuk mengembangkan sebuah konsep baru dalam membangun teori induktif dengan penelitian secara kualitatif. Penelitian oleh Eisenhardt (1989) menjelaskan proses pembangunan teori induktif dari sebuah fokus permasalahan pada fenomena yang terjadi untuk mendapatkan sebuah kesimpulan dengan menggunakan berbagai fitur yang

disarankan oleh Eisenhardt diantaranya *problem definition*, *construct validation*, analisis data *within-case* dan *cross-case*. Penelitian yang dilakukan oleh Gioia dkk. (2012) menjelaskan tahapan pembangunan teori agar menghasilkan konsep dan ide-ide baru, selain itu tahapan yang dilakukan memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis secara sistematis, interpretasi data yang dapat dipercaya sehingga meyakinkan pembaca bahwa kesimpulan yang dihasilkan masuk akal.

Dalam penelitian kualitatif ini peneliti dapat memilih sampel yang diharapkan untuk mendukung teori yang muncul atau sampel yang diharapkan untuk memperbaiki dan memperluas teori baru. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber primer (informan), dan sumber sekunder seperti buku, jurnal, dan situs *website*. Teknik pengumpulan datanya dengan cara wawancara semistruktur (*in-depth interview*) dengan informan, observasi, dan dokumentasi. Alat yang digunakan untuk pengumpulan data antara lain *handphone*, foto, alat tulis berupa *note* kecil dan *bolpoint*. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan bersifat induktif kualitatif untuk memaparkan perilaku konsumen wanita dalam berbelanja dan motivasi belanja wanita, kemudian tahapan penelitian ini mengikuti tahap dari penelitian Eisenhardt (1989) dan Gioia dkk. (2012).

Tabel 3.1
Tahap Penelitian

Penelitian Eisenhardt (1989)	Penelitian Gioia, Corley, Hamilton (2012)	Tahapan Penelitian Yang Dilakukan
1. <i>Getting Started</i>	1. <i>Research Design</i>	1. Pertanyaan Penelitian
2. <i>Selecting Case</i>	2. <i>Data Collection</i>	2. Memilih fokus penelitian
3. <i>Crafting Instruments and Protocols</i>		3. Mencari informan dan pengumpulan data
4. <i>Entering the Field</i>		4. Memasuki lapangan

Penelitian Eisenhardt (1989)	Penelitian Gioia, Corley, Hamilton (2012)	Tahapan Penelitian Yang Dilakukan
5. <i>Analyzing Data</i> a. <i>Within-Case Analysis</i> b. <i>Cross-case</i>	3. <i>Data Analysis</i> a. <i>Open Coding</i> b. <i>Axial Coding</i>	5. Analisis Data a. <i>Open coding</i> - Analisis motivasi belanja wanita b. <i>Axial Coding</i> - Analisis motivasi belanja wanita
6. <i>Shaping Hypotheses</i>	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>	6. Memaparkan motivasi belanja wanita
7. <i>Enfolding Literature</i>		
8. <i>Reaching Closure</i>		7. Pengakhiran penelitian

3.2 Informan Penelitian

Riset kualitatif tidak bertujuan untuk membuat generalisasi hasil penelitian. Hasil riset lebih bersifat kontekstual dan kausistik, yang berlaku pada waktu dan tempat tertentu sewaktu riset dilakukan, karena itu. Menurut Shah dan Corley (2006) “*Researchers might choose samples in which they expect to support the emergent theory or samples in which they expect to refine and extend the emergent theory*” yang artinya peneliti dapat memilih sampel yang diharapkan untuk mendukung teori yang muncul atau sampel yang diharapkan untuk memperbaiki dan memperluas teori baru. 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 (sumber data) dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Wanita berusia 20 tahun ke atas
2. Melakukan kegiatan berbelanja
3. Berbelanja lebih dari 30 menit

Pemilihan informan dengan membatasi usia 20 tahun ke atas, karena informasi yang diperoleh dinilai sudah memberikan kedalaman data untuk penelitian dan informasi yang diberikan cukup jelas, sehingga memberikan pemahaman yang cukup, terkait pertanyaan yang diajukan. 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 pengalamannya dalam melakukan suatu aktivitas belanja. Berikut ini adalah karakteristik demografi narasumber yang dijadikan informan penelitian dalam penelitian ini:

1. Informan pertama: Era Widya Ningrum, berusia 22 tahun, belum menikah, mahasiswa, belum bekerja.
2. Informan kedua: Ria Dwi Nur Fitroh, berusia 22 tahun, belum menikah, mahasiswa, memiliki usaha kreatif.
3. Informan ketiga: Rika Evi Mayasari berusia 22 tahun, belum menikah, lulusan SMA, bekerja.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Menurut Eisenhardt (1989) “*Case studies typically combine data collection methods such as archives, interviews, questionnaires, and observations*”. Pengumpulan data pada penelitian dapat dilakukan melalui berbagai metode seperti arsip, wawancara, kuisioner, dan pengamatan atau observasi. Pada penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penggunaan beberapa metode tersebut merupakan metode triangulasi yang berguna untuk memeriksa konsistensi hasil temuan penelitian.

1. Wawancara

Wawancara yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara secara semistruktur (*in-depth interview*), di mana pelaksanaannya lebih bebas daripada wawancara secara terstruktur. *In-depth interviews are frequently used to collect differing perspectives on a topic* (Shah dan Corley, 2006). Wawancara semistruktur biasanya digunakan untuk mengumpulkan perbedaan perspektif dari topik penelitian. Tujuan dari wawancara pada penelitian ini adalah untuk mengetahui berbagai pendapat, pengalaman yang dirasakan, ide-ide dari informan. Informan dari penelitian adalah wanita atau ibu-ibu yang melakukan belanja dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti.

Durasi pelaksanaan *in-depth interview* dilakukan selama 45 menit. Seluruh data hasil *in-depth interview* direkam, dicatat ke dalam *note*, dan

ditranskripkan untuk menghindari bias dari peneliti. Peneliti juga menggunakan pedoman saat wawancara yang berguna untuk memeriksa setiap data apabila data tersebut tidak relevan dan kemungkinan terjadi pengulangan data dari pertanyaan yang telah ditanyakan atau dibahas. Jenis-jenis pertanyaan yang diajukan oleh peneliti dalam wawancara ada lima pertanyaan yang saling berkaitan satu sama lain, yaitu:

- a. Pertanyaan tentang pengalaman belanja dari informan
- b. Pertanyaan tentang motif belanja informan yang pernah dialami
- c. Pertanyaan tentang pendapat informan tentang aktivitas belanja
- d. Pertanyaan tentang perasaan informan saat berbelanja

Alat yang digunakan untuk wawancara dalam penelitian ini adalah:

- a. *Handphone*: untuk mengambil dokumen seperti foto, dan 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 informan penelitian.

2. Observasi

Observasi bertujuan bagi peneliti untuk memahami apa yang dapat mendorong situasi sosial dan untuk memahami bagaimana konteks sosial memengaruhi perilaku individu atau bagaimana perilaku individu memengaruhi konteks sosial. Pengamatan kualitatif pada dasarnya adalah *naturalistic* dan itu terjadi dalam konteks kejadian alami, di antara para

aktor yang secara alami akan berpartisipasi dalam interaksi, dan mengikuti perilaku kehidupan sehari-hari (Shah dan Corley, 2006).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi secara partisipatif dan observasi secara terus terang agar dapat memperoleh data secara nyata mengenai perilaku yang ditunjukkan. Observasi secara partisipatif menurut Sugiyono (2014) adalah jenis observasi di mana peneliti datang ke tempat kegiatan narasumber yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat pada kegiatan tersebut, sedangkan observasi secara terus terang atau tersamar di sini digunakan untuk beberapa narasumber yang sekiranya ingin menanyakan tujuan dan maksud sebenarnya dari peneliti, supaya narasumber memiliki kepercayaan dan untuk menghindari pemikiran negative terhadap peneliti ketika proses observasi berlangsung.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi merupakan kombinasi pengumpulan data dari sebuah fenomena yang sama selain teknik pengumpulan data dengan wawancara dan observasi yang disebut sebagai metode triangulasi (Bowen, 2009). Dokumen yang dapat digunakan untuk evaluasi sistematis sebagai bagian dari studi mengambil berbagai bentuk contohnya termasuk iklan, agenda, peserta pertemuan, buku, brosur; buku harian, jurnal, surat, foto, bagan dan koran (Bowen, 2009). Pada penelitian ini dokumentasi diperoleh dari foto kegiatan wanita saat berbelanja, jurnal ilmiah, catatan peneliti saat berada di lapangan.

3.4 *Trustworthiness*

Trustworthiness atau ketelitian suatu penelitian mengacu pada tingkat kepercayaan terhadap data, interpretasi, dan metode yang digunakan untuk memastikan kualitas penelitian (Connelly, 2016). Empat kriteria untuk menjaga *trustworthiness* (kepercayaan) dalam penelitian kualitatif yaitu *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Shah dan Corley, 2006). Connelly (2016) juga menambahkan *authenticity* selain dari empat kriteria penelitian kualitatif yang dijelaskan oleh Shah dan Corley (2006).

Credibility merupakan aspek yang penting dalam penelitian kualitatif (Shah dan Corley, 2006; Connelly, 2016). Teknik yang digunakan untuk membangun kredibilitas meliputi keterlibatan yang berkepanjangan dengan informan, pengamatan yang terus-menerus, wawancara dengan informan, pengecekan ulang data, dan mencari teori yang berhubungan (Shah dan Corley, 2006; Connelly, 2016). Untuk menjaga *credibility* pada penelitian ini, peneliti menggunakan keterlibatan secara langsung dengan informan dan menggunakan berbagai sumber data, yaitu data dari informan yang diperoleh saat wawancara semistruktur (*in-depth interview*), observasi, dokumentasi, dan referensi dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan situs *online*.

Dependability mengacu pada stabilitas data dari waktu ke waktu terhadap kondisi penelitian, stabilitas pemahaman kondisi tergantung pada sifat penelitian (Connelly, 2016). Pada penelitian ini, untuk menjaga *dependability* penelitian, pengumpulan data dilakukan hingga mencapai kondisi *saturation* sehingga akan menghasilkan kategori yang konsisten (Shah dan Corley, 2006).

Transferability dalam penelitian kualitatif adalah sejauh mana temuan berguna bagi orang-orang, berbeda dari aspek-aspek penelitian lainnya di mana pembaca benar-benar menentukan seberapa berlaku temuan tersebut pada situasi. *Transferability* menghasilkan deskripsi yang kaya dan terperinci tentang konteks, lokasi, informan yang diteliti, dan transparan. Peneliti perlu memberikan gambaran yang jelas yang akan menginformasikan dan beresonansi dengan pembaca (Connelly, 2016). Pada penelitian ini konsep, kategori, dan subkategori yang muncul dari hasil analisis transkrip *interview*, *field notes*, dan dokumen diekspor ke file *spreadsheet* untuk menjaga *transferability* penelitian (Shah dan Corley, 2006). Setelah itu dicari hubungan antara konsep, kategori, serta hubungan kategori dengan subkategori dengan literatur.

Confirmability adalah netralitas atau derajat temuan konsisten dan dapat diulang, dimana kriteria ini untuk menghindari bias dari peneliti (Connelly, 2016). Pada penelitian ini data yang diperoleh dari informan melalui *in-depth interview* direkam, ditranskripkan ke *notes* untuk menghindari bias dari peneliti (Shah dan Corley, 2006).

3.5 Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk mengidentifikasi: (1) konsep, (2) kategori, dan (3) subkategori (Eisenhardt, 1989; Gioia dkk., 2012). Analisis data dalam penelitian ini dibantu dengan *software* Microsoft Excel, yang mana data hasil *in-depth interview*, dokumentasi, dan catatan lapangan ditranskripkan. Setelah itu konsep dan kategori yang muncul diekspor ke *file spreadsheet*. Langkah

selanjutnya dari proses adalah membandingkan secara sistematis kerangka yang muncul dengan bukti dari setiap kasus untuk menilai seberapa cocok dengan data kasus. Dimungkinkan muncul konsep dan kategori baru selama proses *coding*, di mana konsep dan kategori tersebut (beserta hubungan dengan subkategorinya) belum muncul dalam konsep dan kategori awal yang diperoleh dari literatur. peneliti terus-menerus membandingkan teori dan iterasi data ke arah teori yang sangat cocok dengan data. Kecocokan sangat penting untuk membangun teori yang baik karena mengambil manfaat dari wawasan baru yang diperoleh dari data dan menghasilkan teori secara valid dan empiris (Eisenhardt, 1989; Gioia dkk., 2012).

Langkah-langkah mengoperasikan *software* Microsoft excel dalam menganalisis data:

1. Memberi nama riset penelitian.
2. Memasukkan transkrip hasil *in-depth interview*, *field notes*, dan hasil observasi.
3. Memberi konsep pada hasil transkrip yang sesuai dengan tema yang terkait dari aktivitas belanja dan mengklasifikasikan setiap konsep yang muncul.
4. Setelah memberi konsep, konsep dihubungkan dengan kategori yang terkait dan dicari hubungannya.
5. Peneliti terus menguji konsep dan kategori yang terkait dengan berbagai literatur yang mendukung.
6. Penarikan kesimpulan dari perilaku dan motivasi belanja wanita.