

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Studi deskriptif adalah studi yang berusaha menjelaskan solusi terkini dari suatu masalah berdasarkan data. Jenis penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi yang detail dan komprehensif tentang *brand equity* pada pondok pesantren di kota Banjarbaru.

Metode penelitian kualitatif diartikan sebagai suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral, dan untuk mengerti gejala sentral tersebut peneliti mewawancarai subjek penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas.<sup>1</sup> Metode penelitian kualitatif juga merupakan metode penelitian yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat permasalahan untuk penelitian generalisasi.<sup>2</sup> Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena pengalaman subjek dalam bentuk kata-kata atau bahasa secara keseluruhan, dengan menggunakan berbagai metode ilmiah dalam konteks alam tertentu.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>J.R. Raco, *Metode Penelitian Kualitatif (Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya)*, Jakarta: PT Grasindo, 2010, h. 7.

<sup>2</sup>Sandu Siyoto, & M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 28.

<sup>3</sup>Moleong J.Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005), h.54.

Alasan peneliti memilih metode kualitatif ini dikarenakan perlu mempelajari hasil penelitian yang detail dan komprehensif tentang fenomena tersebut. Selain itu, subjek penelitian ini adalah pelanggan potensial internal yang menjadi pelanggan jasa pendidikan di lembaga pesantren Al-Falah dan Darul Ilmi. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti dapat mengungkap keadaan dan permasalahan yang muncul secara menyeluruh dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Diharapkan pula nantinya data dan fakta dapat terkumpul secara komprehensif dan terperinci terkait dengan *brand equity* pada pondok pesantren di kota Banjarbaru.

## **B. Desain Penelitian**

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian multi situs. Desain penelitian multi situs adalah desain penelitian kualitatif yang mencakup banyak situs, lokasi, dan topik survei dengan permasalahan yang sama. Subjek penelitian seharusnya memiliki karakteristik yang sama.<sup>4</sup>

Desain penelitian ini memberikan informasi yang rinci. Selain itu, peneliti menggunakan jenis studi multi situs ini karena merupakan penelitian empiris untuk mempelajari dalam konteks nyata ketika batas antara fenomena dan konteks tidak terlihat dengan jelas, dan banyak sumber fakta yang digunakan.

Mengapa dikatakan penelitian multi situs, sebab peneliti meneliti terkait dengan *brand equity* (*brand awareness*, *brand association*, *perceived quality*, dan

---

<sup>4</sup>Bogdan, Robert & Sari Knopp Biklen, *Kualitatif research for education: and introduction to theory and methods*. (Boston: Allyn & bacon Inc. 1982) h. 105.

*brand loyalty*) pada dua lembaga pesantren yang ada di kota Banjarbaru. Sehingga, pada penerapannya dimulai dengan satu situs (sebagai kasus pertama), kemudian ke situs kedua (sebagai kasus kedua), dan seterusnya.

### **C. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini, berpusat di pondok pesantren Al-Falah Jl. A.Yani, KM.23, RT.6, RW.2, Kecamatan Liang Langgang, Kelurahan Landasan Ulin Tengah, Kota Banjarbaru, Prov. Kalimantan Selatan, dan di pondok pesantren Darul Ilmi, Jl. A.Yani, KM.19,200, RT.9, RW.3, Kecamatan Liang Langgang, Kelurahan Landasan Ulin Barat, Kota Banjarbaru, Prov. Kalimantan Selatan.

### **D. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek pada penelitian ini adalah pelanggan potensial internal yang menggunakan jasa pendidikan pada lembaga pesantren Al-Falah dan Darul Ilmi, yakni santriwati kelas 1-6 *Mualimat*/santriwati kelas *wustho* sampai *ulya*, dan orang tua santriwati yang sangat mempengaruhi keputusan pelanggan potensial internal ini.

Sedangkan objek pada penelitian ini dapat dinyatakan sebagai situasi sosial penelitian yang ingin diketahui apa yang terjadi di dalamnya yakni *brand equity* yang meliputi empat asetnya yaitu *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality*, dan *brand loyalty* pada lembaga pondok pesantren di kota Banjarbaru.

### **E. Data dan Sumber Data**

Data adalah kumpulan informasi yang peneliti peroleh dari berbagai metode penelitian dan informasi yang peneliti peroleh dari wawancara dan dokumentasi, yang kemudian peneliti tulis dalam bentuk laporan. Adapun data yang akan digali dari penelitian ini ada dua macam, yaitu data primer dan sekunder.

Data primer yang dimaksud adalah kumpulan informasi terkait *brand equity* yang meliputi *brand awareness*, *brand association*, *perceived quality*, dan *brand loyalty*. Sedangkan data sekunder yang dimaksud adalah gambaran umum lokasi penelitian, profil pesantren, keadaan guru, santri, sarana dan prasarana, akumulasi biaya masuk sampai keluar bagi santri, muatan kurikulum yang digunakan, ekstrakurikuler dan program unggulan, bentuk kerjasama eksternal pesantren dan media informasi/promosi pondok pesantren.

Sumber data dalam penelitian ini adalah informan yang mengetahui banyak perihal data yang diinginkan dan informasi itu dikumpulkan oleh peneliti sendiri. Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yakni sumber data primer dan sekunder. Adapun sumber data primer yakni santriwati kelas 1-6 *Mualimat*/santriwati kelas *wustho* sampai *ulya*, dan orang tua santri yang sangat mempengaruhi keputusan pelanggan potensial internal ini. Sedangkan sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah kepala mualimin/*Mualimat* atau *mudir* dan pegawai TU yang dianggap memiliki informasi tambahan yang dibutuhkan oleh peneliti. Lebih jelasnya data dan sumber data disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3.1  
Matrik Data dan Sumber Data Penelitian

Data dan Sumber Data						
No	Data Primer	Indikator <i>Brand</i>	Sumber Data Primer	No	Data Sekunder	Sumber Data Sekunder
1	Informasi terkait <i>brand awareness</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Top of mind</i></li> <li>• <i>Brand recall</i></li> <li>• <i>Brand recognition</i></li> <li>• <i>Unware of brand</i></li> </ul>	Santriwati kelas 1 sampai 6 <i>Mualimat</i> dan orang tua santri	1	Gambaran umum lokasi penelitian	Pegawai TU, dan kepala <i>Mualimat</i> /mudir
				2	profil pesantren	
2	Informasi terkait <i>Brand association</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atribut produk</li> <li>• Harga</li> <li>• Gaya hidup</li> </ul>		3	keadaan guru, santri, dan sarana dan prasarana	
				4	Akumulasi biaya masuk sampai keluar bagi santri	
3	Informasi terkait <i>perceived quality</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perluasan merek</li> </ul>		5	muatan kurikulum yang digunakan	
				6	Ekstrakurikuler, program unggulan, dan prestasi	
4	Informasi terkait <i>brand loyalty</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Committed buyer</i></li> <li>• <i>Liking the brand</i></li> <li>• <i>Satisfied buyer</i></li> <li>• <i>Habitual buyer</i></li> <li>• <i>switcher</i></li> </ul>		7	Program tambahan	
				8	Media promosi/brosur	

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Observasi

Pada tahap ini, peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari target observasi sebagai sumber data yang disebut observasi partisipan. Artinya peneliti terlibat

langsung dalam kegiatan mencari data yang mereka butuhkan melalui observasi.<sup>5</sup> Pengamatan dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana *brand equity* dari kaca mata pelanggan potensial pada pondok pesantren di kota Banjarbaru. Observasi awal dilakukan untuk menggali keadaan *real* dari kedua pesantren. Setelah itu, menggali data sebanyak-banyak yang sesuai dengan indikator masing-masing *brand*. Adapun aset *brand equity* yang dapat di observasi yakni *brand association* dan *perceived quality*.

## 2. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan informan yang dapat memberikan informasi atau pendapat tentang *brand equity* pondok pesantren Al-Falah dan Darul Ilmi. Informan yang dipilih adalah calon pelanggan potensial yang menggunakan jasa pendidikan pada lembaga pesantren Al-Falah atau Darul Ilmi, yakni santri dan yang sangat mempengaruhi keputusan calon pelanggan potensial yakni orang tua santri.

Wawancara dalam praktiknya dapat dilakukan secara tatap muka dengan subjek, wawancara telepon, atau dengan 6-8 kelompok pemangku kepentingan tertentu. Jenis wawancara yang digunakan yakni wawancara terstruktur, atau lebih sering disebut dengan wawancara rinci, dan subjek penelitian menganut arah, tujuan, dan fokus penelitian. Jadi, dalam hal ini peneliti menggunakan wawancara langsung dan terstruktur.

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* Bandung: CV, Alfabeta, 2011, h. 310-317.

### 3. Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.<sup>6</sup> Dokumentasi dapat berupa hasil gambar, audio/hasil rekaman.

Dokumentasi dalam penelitian ini meliputi:

- a. Sejarah singkat berdirinya pondok pesantren Al-Falah dan Darul Ilmi
- b. Visi dan misi pondok pesantren Al-Falah dan Darul Ilmi
- c. Data Guru dan staff pondok pesantren Al-Falah puteri dan Darul Ilmi
- d. Data santri pondok pesantren Al-Falah puteri dan Darul Ilmi
- e. Keadaan sarana dan prasarana pondok pesantren Al-Falah puteri dan Darul Ilmi
- f. Program unggulan, program tambahan dan jenis ekstrakurikuler yang dilaksanakan di Al-Falah puteri dan Darul Ilmi
- g. Muatan kurikulum atau kitab-kitab yang diajarkan pada kurikulum *salafiyah* di jenjang *wushto* dan *ulya* pada pondok pesantren Al-Falah puteri dan Darul Ilmi
- h. Media promosi atau brosur yang digunakan pesantren dalam menjaring santri baru

### G. Analisis Data

Analisis data di lapangan Model Miles dan Huberman, mengemukakan aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung

---

<sup>6</sup>Situmorang, S. H. *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. (Medan: USU Press, 2010), h.25.

secara terus menerus sampai tuntas sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data meliputi:

1. *Data reduction* (reduksi data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari pola dan temanya. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan, keluasan, dan kedalaman wawasan yang tinggi. Reduksi adalah ringkasan untuk sampai pada fokus. Pada tahap ini, peneliti akan merangkum atau meringkas data, memilihnya sesuai dengan pembahasan *brand equity* pada pondok pesantren Al-Falah dan Darul Ilmi

2. *Data display* (penyajian data)

Miles dan huberman menyatakan “*The most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text.*” Data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif berupa teks naratif.<sup>7</sup> Pada tahap ini, disajikan sekumpulan data yang terstruktur yang dapat dibuat dengan grafik, bagan atau teks naratif. Setelah memutuskan dan memilih fokus, selanjutnya adalah mengolah data hasil pembahasan *brand equity* pada pondok pesantren Al-Falah dan Darul Ilmi

3. *Conclusion drawing/verification* (penarikan kesimpulan dan verifikasi)

Penarikan kesimpulan adalah bagian dari aktivitas konfigurasi lengkap dan juga diperiksa selama penyelidikan. Setelah menyajikan dan menjelaskan data hasil

---

<sup>7</sup>Bruce L.Berg, *Qualitative Research Methods For The Social Science*, (United States America: Apearson Education, 2000), h.186



pembahasan *brand equity* pada pondok pesantren Al-Falah dan Darul Ilmi. Selanjutnya dilakukan penarikan kesimpulan.

## H. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

### 1. Triangulasi

Triangulasi merupakan kegiatan pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data.<sup>8</sup>

### 2. Perpanjangan Pengamatan

Setelah peneliti melakukan teknik pengumpulan data dengan melalui wawancara kepada informan lalu data tersebut dilakukan dengan teknik pengumpulan data Model Miles and Huberman, yaitu : Tahap pertama adalah melakukan reduksi data, yaitu suatu proses pengumpulan data kasar, lalu pemilihan pemusatan perhatian untuk menyederhanakan data kasar yang diperoleh di lapangan, lalu data disajikan dan dilakukan verifikasi, namun belum begitu memadai atau belum mencukupi, lalu penulis melakukan perpanjangan pengamatan yang selanjutnya untuk mendapatkan data lebih lengkap lagi dari sumber data atau informan di lokasi penelitian, lalu dilakukan sama seperti halnya pada hal yang pertama yaitu reduksi data, display data, dan melakukan verifikasi. Kegiatan ini dilakukan secara berkesinambungan sejak awal kegiatan sehingga akhir pengumpulan data.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup>Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2009), h. 7.

<sup>9</sup>Nasution S, *Metode Research* (Jakarta: Insani Press, 2004), h. 130