

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang mengharuskan peneliti turun langsung ke lokasi penelitian untuk menggali, mengamati, dan mengumpulkan data empiris secara langsung dari sumber aslinya. Pendekatan yang dikombinasikan dalam penelitian lapangan ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan operasional secara holistik serta mendeskripsikannya dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah.

Penggunaan jenis *field research* deskriptif ini dimaksudkan untuk mengangkat suatu fakta, kondisi, serta fenomena nyata yang berlangsung di lapangan saat penelitian dilaksanakan. Melalui metode ini, peneliti menyajikan data secara komprehensif dan apa adanya terkait implementasi strategi pemasaran (4P) dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada Warung Hidayah Pak Kardi, untuk kemudian dianalisis dan dievaluasi kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

B. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan kerangka kerja atau strategi yang dipilih oleh peneliti untuk mengintegrasikan seluruh komponen riset secara logis dan sistematis guna membahas serta menganalisis fokus permasalahan penelitian

secara komprehensif. Dalam penelitian ini, desain yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menemukan dan menyajikan fakta serta informasi secara rinci terkait strategi pemasaran yang diterapkan oleh Warung Hidayah Pak Kardi dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Desain ini memungkinkan peneliti untuk menggambarkan secara mendalam fenomena yang diteliti dalam konteks alamiahnya tanpa manipulasi variabel. Pemilihan desain kualitatif deskriptif ini didasarkan pada kebutuhan untuk memahami secara utuh realitas sosial yang kompleks (Arini, 2023 : 31).

Penerapan desain kualitatif deskriptif dalam penelitian ini akan difokuskan pada studi kasus tunggal yakni Warung Hidayah Pak Kardi. Pendekatan studi kasus memungkinkan peneliti untuk melakukan penyelidikan empiris yang mendalam terhadap fenomena pemasaran dan loyalitas pelanggan dalam konteks kehidupan nyata warung tersebut, terutama ketika batasan antara fenomena dan konteks tidak tampak dengan jelas. Melalui desain ini, peneliti berupaya untuk mengungkap dan mendeskripsikan secara detail berbagai strategi pemasaran yang diimplementasikan, faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, serta dinamika interaksi antara strategi tersebut dengan loyalitas pelanggan yang terbentuk. Penggunaan desain ini diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang kaya dan kontekstual (Setiya Mahfudi Aladin, 2021 : 50).

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Warung Hidayah Pak Kardi. Lokasi spesifik dari unit analisis penelitian ini beralamat di Jalan A. Yani km 25

No.26, Landasan Ulin Timur, Kecamatan Liang Anggang, Kota Banjar Baru, Provinsi Kalimantan Selatan. Pemilihan tempat ini sebagai lokasi penelitian didasarkan pada relevansinya dengan permasalahan yang diangkat yakni menganalisis strategi pemasaran dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada usaha kuliner tersebut.

D. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang dapat memberikan informasi relevan mengenai strategi pemasaran dan loyalitas pelanggan di Warung Hidayah Pak Kardi. Pihak tersebut mencakup pemilik atau pengelola sebagai informan kunci terkait perumusan strategi dan pengambilan keputusan dalam operasional usaha. Karyawan yang terlibat langsung dalam proses pelayanan kepada konsumen juga menjadi subjek untuk memahami implementasi strategi dan interaksi sehari-hari. Terakhir, pelanggan Warung Hidayah Pak Kardi merupakan subjek penting guna menggali persepsi mereka mengenai kualitas layanan, kepuasan, dan faktor-faktor pembentuk loyalitas yang mereka rasakan.

Objek penelitian ini difokuskan pada keseluruhan fenomena strategi pemasaran yang diimplementasikan dan proses terbentuknya serta upaya mempertahankan loyalitas pelanggan pada Warung Hidayah Pak Kardi. Kajian objek ini mencakup analisis terhadap elemen-elemen strategi pemasaran yang diterapkan oleh pihak warung, termasuk aspek produk, harga, tempat, dan promosi. Selain itu, penelitian ini juga meneliti faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan di warung

tersebut. Tujuan utamanya adalah memahami bagaimana praktik strategi pemasaran berkontribusi terhadap keberlanjutan dan loyalitas pelanggan usaha kuliner ini.

E. Data dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu *data primer* dan *data sekunder*. *Data primer* adalah data yang diperoleh peneliti langsung dari sumber utama, yang dalam penelitian ini berupa fakta atau keterangan dari objek studi. Pengumpulan *data primer* akan dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik, karyawan, dan pelanggan Warung Hidayah Pak Kardi untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai strategi pemasaran dan loyalitas pelanggan. Observasi langsung terhadap aktivitas pemasaran dan interaksi di lokasi juga akan menjadi sumber utama *data primer* ini.

Data sekunder merujuk pada data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung dari berbagai sumber yang sudah ada, seperti literatur dan dokumen pendukung. Dalam penelitian ini, *data sekunder* akan mencakup dokumen internal Warung Hidayah Pak Kardi yang relevan, seperti catatan historis atau materi promosi, jika tersedia dan diizinkan. Selain itu, studi kepustakaan dari buku teks, artikel jurnal ilmiah, tesis, dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan strategi pemasaran serta loyalitas pelanggan akan digunakan sebagai *data sekunder* untuk memperkaya analisis dan landasan teoritis penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif ini akan memanfaatkan beberapa teknik utama untuk memperoleh informasi yang kaya dan mendalam dari lapangan. Teknik pertama adalah observasi, yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung berbagai aktivitas pemasaran, interaksi antara karyawan dan pelanggan, serta kondisi fisik dan suasana di Warung Hidayah Pak Kardi. Observasi ini bertujuan untuk memahami konteks penelitian dan menangkap fenomena yang terjadi secara alamiah tanpa intervensi langsung dari peneliti (Arini, 2023 : 32).

Selanjutnya, teknik wawancara yang bersifat *in-depth interview* atau wawancara mendalam akan menjadi metode primer dalam penggalian data dari para subjek penelitian yakni pemilik, karyawan, serta pelanggan Warung Hidayah Pak Kardi. Wawancara ini bertujuan untuk menggali perspektif, pengalaman, dan pemahaman mereka secara detail mengenai strategi pemasaran dan faktor-faktor pembentuk loyalitas pelanggan. Selain itu, teknik dokumentasi akan digunakan sebagai pelengkap, meliputi pengumpulan catatan, arsip, foto, atau dokumen lain yang relevan dengan operasional dan pemasaran warung yang dapat mendukung serta memperkuat temuan penelitian (Setiya Mahfudi Aladin, 2021 : 55).

G. Desain Pengukuran

Desain pengukuran dalam penelitian kualitatif ini difokuskan pada pemahaman mendalam terhadap konsep-konsep yang diteliti, bukan melalui kuantifikasi numerik. Untuk variabel strategi pemasaran, 'pengukuran' secara

kualitatif akan dilakukan dengan mengeksplorasi penerapan empat elemen bauran pemasaran (4P) di lapangan. Peneliti akan mengamati bagaimana varian menu dikembangkan (*Product*), bagaimana harga ditetapkan (*Price*), pemilihan lokasi cabang (*Place*), serta cara warung mengenalkan produknya (*Promotion*) kepada masyarakat Banjarbaru.

Serupa dengan pendekatan terhadap strategi pemasaran, “pengukuran” variabel loyalitas pelanggan dalam penelitian ini akan bersifat kualitatif dan eksploratif. Fokus utama adalah untuk memahami berbagai manifestasi perilaku loyal yang ditunjukkan oleh pelanggan serta faktor-faktor yang mendasari terbentuknya loyalitas tersebut, sesuai dengan definisi operasional yang menekankan pada perilaku terkait merek dan kemungkinan pembelian berulang. Peneliti akan mengeksplorasi aspek-aspek seperti frekuensi kunjungan, durasi menjadi pelanggan, rekomendasi positif atau *word-of-mouth*, dan alasan mengapa pelanggan tetap setia memilih warung tersebut. Data ini akan diperoleh utamanya melalui wawancara mendalam dengan para pelanggan.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan proses yang berlangsung secara interaktif dan berkelanjutan, dimulai sejak pengumpulan data awal hingga seluruh data terkumpul dan laporan akhir disusun. Analisis data kualitatif bertujuan untuk mengorganisasikan, menginterpretasikan, dan memberi makna pada data yang telah dikumpulkan guna menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini, analisis data akan mengacu pada

model interaktif yang terdiri dari tiga komponen utama yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Proses ini memungkinkan peneliti untuk secara sistematis mengolah data naratif dan observasional menjadi temuan yang bermakna (Setiya Mahfudi Aladin, 2021 : 59).

1. *Data reduction* atau reduksi data, yang diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Pada tahap ini, data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi akan dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, serta difokuskan pada tema-tema yang relevan dengan strategi pemasaran dan loyalitas pelanggan di Warung Hidayah Pak Kardi. Reduksi data ini bertujuan untuk menajamkan analisis, menggolongkan data, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga kesimpulan final dapat ditarik dan diverifikasi (Setiya Mahfudi Aladin, 2021 : 59).
2. *Data display* atau penyajian data, yang merupakan proses pengorganisasian informasi yang telah direduksi sehingga memungkinkan untuk penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat berbentuk teks naratif, matriks, grafik, jaringan, atau bagan yang relevan. Untuk penelitian ini, data akan disajikan dalam bentuk uraian naratif yang sistematis dan terstruktur, yang mungkin didukung oleh kutipan langsung dari wawancara atau deskripsi dari observasi. Penyajian data yang baik akan memudahkan peneliti untuk

memahami apa yang sedang terjadi dan merencanakan analisis selanjutnya berdasarkan pemahaman tersebut (Setiya Mahfudi Aladin, 2021 : 59).

3. *Conclusion drawing/verifying* atau penarikan kesimpulan dan verifikasi. Berdasarkan data yang telah direduksi dan disajikan, peneliti akan mulai menarik kesimpulan-kesimpulan awal yang masih bersifat tentatif. Kesimpulan ini kemudian akan diverifikasi secara terus-menerus selama penelitian berlangsung dengan cara mengkaji ulang catatan lapangan, membandingkan data, dan mencari pola atau tema yang konsisten. Proses verifikasi ini penting untuk memastikan bahwa kesimpulan yang ditarik memiliki landasan data yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga mampu menjawab secara mendalam rumusan masalah penelitian mengenai strategi pemasaran dan loyalitas pelanggan (Setiya Mahfudi Aladin, 2021 : 60).