

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang penulis pilih dalam penelitian ini, yakni PT. Harco Solusi Indonesia Pekanbaru yang berlokasi di Jl. Putri Indah No.7 Simpang Tiga, Bukit Raya, Kota Pekanbaru.

3.2 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
Strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu.	Segmenting	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karakteristik 2. Pertumbuhan 3. Jangkauan 4. Memenuhi Kebutuhan 5. Penyesuaian
	Targeting	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi 2. Segmen 3. Menyeleksi 4. Pencapaian 5. Daya tarik
	Positioning	<ol style="list-style-type: none"> 1. Image/citra 2. Ciri khas 3. Brand image 4. Benefit 5. Kreativitas
	Bauran Pemasaran (7P)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk 2. Harga 3. Tempat 4. Promosi 5. Orang 6. Bukti Fisik 7. Proses

3.3 Jenis dan Sampel Data

Jika dilihat dari sumbernya, artinya asal diperolehnya data. Menurut Loflan yang dikutip oleh Idrus menyatakan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah, kata-kata dan tindakan, selebihnya data pada penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, atau data yang di peroleh langsung dari sumbernya, diamati, dan dicatat untuk pertama kalinya. Dalam hal ini data yang yang dihimpun adalah tentang bagaimana strategi pemasaran yang dipakai PT. Harco Solusi Indonesia.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti. Misalnya dari majalah, brosur, keterangan-keterangan lainnya. Dalam data skunder ini data yang diperoleh adalah data tentang visi dan misinya, sejarah, struktur organisasi, motto, jumlah karyawan, perkembangan dan kemajuan, data penjualan, prosedur yang ada pada PT. Harco Solusi Indonesia.

3.4 Populasi dan Sampel

Menurut Bungin (2005) populasi sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian, oleh sebab itu populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian berupa manusia, hewan,

tumbuh-tumbuhan dan sebagainya. Sesuai penjelasan teori tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah Karyawan PT. Harco Solusi Indonesia yang masih berstatus sebagai Karyawan aktif yang masih bekerja di PT. Harco Solusi Indonesia khususnya karyawan yang terkait dengan keputusan strategi pemasaran konsumen yang menggunakan jasa long range di PT. Harco Solusi Indonesia. Adapun terkait pengambilan sampel menggunakan purposive yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam hal ini ialah karyawan yang berkaitan dengan keputusan strategi pemasaran dan klien PT. Harco Solusi Indonesia yang mudah dihubungi. Yang dalam hal ini adalah PT. Chevron Pacific Indonesia, Sumatera Operation, PT. Pertamina UP II – Dumai, dan PT. Riau Andalan Pulp & Paper.

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang sama. Sampel adalah anggota-anggotanya yang mencerminkan sifat dan ciri-ciri yang terdapat pada populasi (Sugiyono, 2012). Menurut Arikunto (2006) sampel merupakan wakil dari populasi yang dijadikan objek atau sumber data yang sebenarnya dari suatu penelitian. Jumlah sampel dari seluruh populasi dalam penelitian ini adalah 10 Karyawan PT. Harco Solusi Indonesia.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yakni :

1. Observasi

Yang dimaksud observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan panca indra mata sebagai alat bantu utamanya selain panca indra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Teknik ini digunakan untuk mengetahui dan mencatat secara langsung tentang :

- a. Letak geografis PT. Harco Solusi Indonesia.
- b. Kondisi atau situasi PT. Harco Solusi Indonesia.
- c. Jasa *Long Range* yang dimiliki PT. Harco Solusi Indonesia.
- d. Berbagai pengamatan lainnya yang berfungsi sebagai penyempurnaan hasil penelitian ini.

2. Wawancara

Wawancara atau *interview* adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang

diwawancarai, dengan atau menggunakan pedoman (*guide*) wawancara.

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data tentang :

- a. Program PT. Harco Solusi Indonesia.
- b. Sejarah PT. Harco Solusi Indonesia.
- c. Bentuk-bentuk kegiatan pemasaran PT. Harco Solusi Indonesia.
- d. Tujuan berdirinya PT. Harco Solusi Indonesia.
- e. Kegiatan pemasaran yang sudah di terapkan PT. Harco Solusi Indonesia.

Wawancara di lakukan peneliti agar mendapatkan data yang lengkap adalah dengan cara mewawancarai para pengurus yang benar-benar mengerti tentang kegiatan pemasaran, sehingga data yang di dapat akan lebih valid.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen dan cenderung menjadi data skunder. Pemakaian dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.

Data yang diperoleh dalam teknik ini adalah yakni sebagai berikut.

- a. Struktur organisasi PT. Harco Solusi Indonesia.
- b. Fasilitas yang digunakan dalam pemasaran PT. Harco Solusi Indonesia.

- c. Data klien yang menggunakan jasa *Long Range* pada PT. Harco Solusi Indonesia.

3.6 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian menggunakan metode deskriptif yaitu metode analisis dengan cara data yang disusun dan dikelompokkan, kemudian dianalisis sehingga diperoleh gambaran tentang masalah yang dihadapi dan untuk menjelaskan hasil perhitungan. Data yang diperoleh dari data primer berupa daftar pertanyaan yang telah di isi oleh responden penelitian.

Skala pengukuran kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Idochi Anwar (2005), dengan menggunakan skala Likert, maka variabel yang akan di ukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dapat di ukur. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pertanyaan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut.

		Skor
1. SS	= Sangat Sesuai	5
2. S	= Sesuai	4
3. C	= Cukup	3
4. TS	= Tidak Sesuai	2
5. STS	= Sangat Tidak Sesuai	1