

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai tahapan-tahapan metodologi penelitian yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan.

3.1. Tahapan Penelitian

3.1.1. Identifikasi Masalah

Bagian ini mengidentifikasi masalah-masalah yang ada di rumah makan Ayam Goreng Suharti. Dalam proses identifikasi masalah menggunakan proses wawancara. Wawancara dilakukan dengan bagian manajemen Ayam Goreng Suharti. Proses wawancara ini membantu dalam mendapatkan data-data yang berguna dalam penelitian.

3.1.2. Menetapkan Target konsumen

Target konsumen ditetapkan berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan manajemen Ayam Goreng Suharti. Target yang menjadi sasaran adalah masyarakat kaum muda berusia kurang dari 30 tahun dengan berbagai pekerjaan yang ada di kota Yogyakarta.

3.1.3. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai teori strategi pemasaran dan analisis strategi yang nantinya berguna dalam melakukan penelitian. Referensi biasanya didapatkan dari jurnal, skripsi, dan buku-buku yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

3.1.4. Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan dalam penelitian untuk mengamati karakteristik konsumen Ayam Goreng Suharti. Nantinya hasil pengamatan tersebut dapat membantu dalam menentukan target konsumen rumah makan Ayam Goreng Suharti.

3.1.5. Merancang kuesoner

Merancang pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan masalah di rumah makan Ayam Goreng Suharti. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan yang sifatnya menggali informasi sehingga mampu mendapatkan tanggapan dari responden. Pertanyaan yang dirancang tidak hanya berasal dari

hasil wawancara melainkan pihak manajemen Ayam Goreng Suharti juga ikut serta dalam perancangan kuesioner.

3.1.6. Validitas kuesioner

Mengenai validitas kuesioner, kuesioner yang telah terbentuk diberikan kepada pihak manajemen Ayam Goreng Suharti untuk mendapatkan tanggapan bahwa kuesioner yang telah disusun valid. Setelah pihak manajemen mengatakan bahwa kuesioner yang telah di susun valid, maka dapat melanjutkan tahapan selanjutnya.

3.1.7. Identifikasi Penilaian dan Keinginan Konsumen

Identifikasi Penilaian dan keinginan konsumen menggunakan metode kuisisioner dengan total responden 125 orang dan penyebaran dilakukan di wilayah-wilayah kota Yogyakarta. identifikasi tersebut berguna untuk mendapatkan informasi mengenai penilaian dan keinginan konsumen terhadap rumah makan Ayam Goreng Suharti.

3.1.8. Identifikasi Kemampuan Manajemen Ayam Goreng Suharti

Mendapatkan data mengenai kemampuan manajemen Ayam Goreng Suharti menggunakan metode wawancara. Proses wawancara dilakukan dengan Ibu Ronowani selaku konsultan Ayam Goreng Suharti.

3.1.9. Analisis Strategi

Analisis strategi berguna untuk menentukan hasil analisis yang sesuai dengan penilaian dan keinginan kosumen serta kemampuan manajemen Ayam Goreng Suharti.

3.1.10. Penentuan Prioritas Strategi Pemasaran

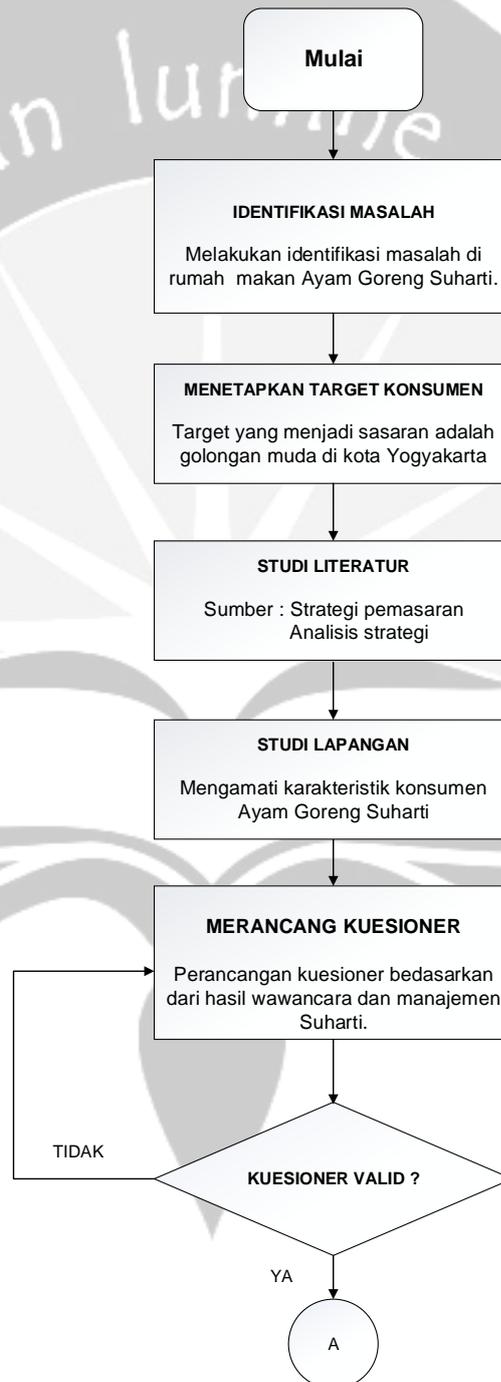
Setelah melakukan analisis mengenai penilaian dan keinginan konsumen serta kemampuan manajemen Ayam Goreng Suharti. Hasil data tersebut digunakan dalam penyusunan prioritas strategi pemasaran. Penyusunan prioritas strategi pemasaran menggunakan diagram matrik. Dengan menggunakan diagram matrik tersebut dapat memberikan prioritas strategi pemasaran untuk rumah makan Ayam Goreng Suharti.

3.1.11. Kesimpulan

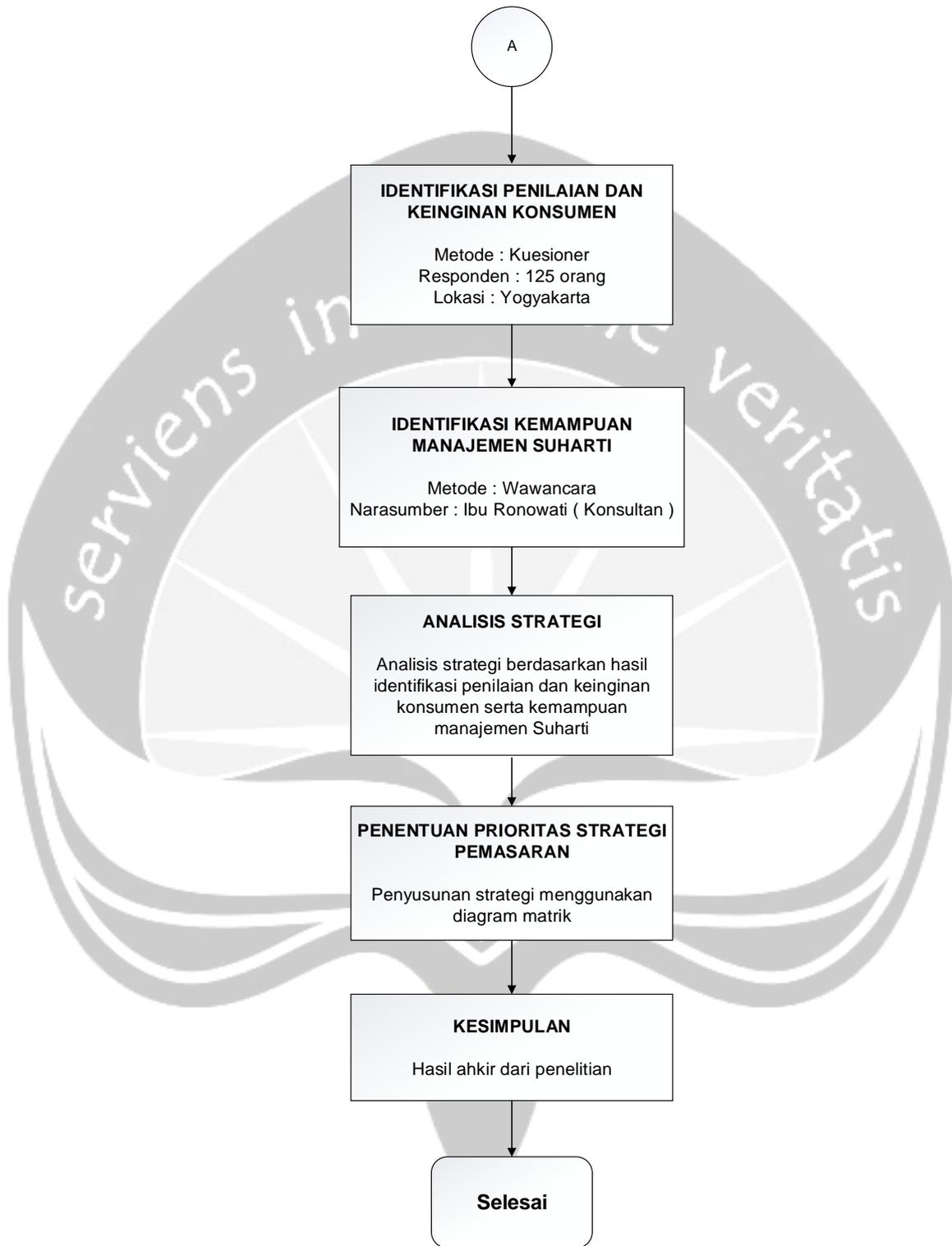
Hasil akhir dari penelitian ini adalah mengetahui keinginan konsumen dan menentukan prioritas strategi pemasaran rumah makan Ayam Goreng Suharti.

3.2. Diagram Alir Penelitian

Metodologi penelitian ditunjukkan dalam diagram alir (flowchart) pada gambar 3.1.



Gambar 3.1. Diagram Alir Metodologi Penelitian



Gambar 3.2. Diagram Alir Metodologi Penelitian (Lanjutan)