

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian dan Obyek penelitian

Lokasi penelitian dalam perencanaan bisnis Nathania Line MU adalah masyarakat kota Semarang, khususnya masyarakat yang menggunakan *make up*.

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah masyarakat kota Semarang yang menggunakan jasa *make up* Nathania Line.

Sampel pada penelitian ini yang diambil berjumlah 20 orang karena dianggap sudah mewakili jumlah sampel besar sesuai ukuran sampel yang layak dalam sebuah penelitian. Sampel diambil dari pengguna jasa *make up* Nathania Line MU yang minimal sudah dua kali memanfaatkan jasanya.

3.3. Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer. Data diperoleh melalui wawancara dan pengamatan langsung di lapangan. Menurut (Moleong, 2007: 157) Irsyad Halim Muhammad (2014) sumber data primer adalah sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman video / audio tape, pengambilan foto dan film.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara dan pengamatan. Moleong (2007: 186) dalam Husnul

Khotimah, Hanifah (2011) menjelaskan bahwa wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan, dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Dalam penelitian ini wawancara dilakukan pada 20 responden yang telah menggunakan jasa make up Nathania Line MU minim dua kali.

3.5. Teknik analisis data

Teknik Analisis Data yang akan dipakai adalah analisis kualitatif dan analisis kuantitatif

1. Metode Analisis Kualitatif

Dalam metode ini penulis berperan sebagai pengambil sampel dan sumber data yang diperlukan untuk menganalisa segmen pasar (demografis, geografis, psikografis dan perilaku), target pasar, posisi pasar, aspek sumber daya manusia dan aspek operasional di lokasi layanan.

2. Metode Analisis Kuantitatif

Dalam metode ini analisa dilakukan secara empiris, obyektif dan terukur, rasional dan sistematis, biasanya berdasarkan adanya permintaan, harapan penjualan, harga pokok penjualan, kapasitas layanan, aspek keuangan dan analisis kelayakan.

3. Data yang digunakan : data primer, sarana pengambilan data : lihat lampiran.