

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian perilaku konsumtif dan eksistensi kerja (spg rokok gudang garam tbk. Waru Sidoarjo), peneliti melakukan penelitian seperti wawancara dan observasi di PT. one hundred percent tempat ini saya pilih karena disini adalah tempat berkumpulnya *sales promotion girl* sebelum berangkat menawarkan produknya dan di rumah beberapa *sales promotion girl* untuk melakukan wawancara dengan *sales promotion girl* yang akan saya teliti dan saya mintai keterangan informasi mengenai perilaku konsumtif dan eksistensi di dunia kerja. Waktu penelitian akan di laksanakan pada bulan Desember 2016 – Mei 2017 agar peneliti dapat memahami secara jelas mengenai perilaku konsumtif dan eksistensi *kerja sales promotion giril*

2. Pemilihan Subyek Penelitian

Sasaran penelitian tidak tergantung pada judul dan topik penelitian, tetapi secara konkret tergambar dalam rumusan masalah penelitian. Sedangkan informan penelitian adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. Informan disini adalah *sales promotion girl* rokok gudang garam tbk dan karyawan yang sedang bekerja di bawah naungan pt. one hundred persent entertainment lebih dari 1 tahun menjalani profesinya sebagai seorang *sales promotion girl* atau minimal sudah bekerja selama satu tahun.

Analisis data dilakukan sejak sebelum melakukan pengamatan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan.²³

Dalam laporan penelitian ini, analisis data tidak dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik, tetapi mengklasifikasi data yang telah di dapatkan dan menyusunnya ke dalam bentuk deskriptif. Dan teori yang digunakan dalam analisis hasil penelitian ini menggunakan teori :

Hierarki Kebutuhan oleh ABRAHAM MASLOW²⁴ dan teori Tindakan Sosial oleh Talcott Parson²⁵

5. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Dengan proses penelitian perilaku konsumtif *seles promotion girl* dan eksistensi kerja tidak semua pernyataan atau informasi yang di dapatkan dari seles promotion girl itu sesuai atau valid. Maka dari itu uraian Informasi, tindakan dan ungkapan yang di dapat perlu terlebih dahulu diukur keabsahan datanya. Proses ini sangat penting di maksudkan agar informasi yang di peroleh memiliki derajat ketepatan dan kepercayaan sehingga hasil penelitian bisa di pertanggung jawabkan. Agar data yang di peroleh benar-benar valid maka informasi yang telah di peroleh dari satu *seles promotion girl* dicoba untuk di tanyakan kembali pada *seles promotion girl* yang lain dalam beberapa kesempatan dan waktu yang berbeda. Proses ini mengikuti apa yang di

²³Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: ALVABETA, cv, 2010), 245

²⁴ Dr. Nugroho J.Setiadi, S.E.,M.M. *Perilaku Konsumen*, (Jakarta KENCANA, 2010) hal 40-41

²⁵ Dwi Narwoko & Bagong Suyanto, *sosiologi teks pengantar dan terapan*, (kencana : Surabaya 2015),371

