

Dampak Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian Pemasaran dan Evaluasi Terhadap Kinerja Bisnis

Adri Harlyansyah Abrar¹

¹Universitas Diponegoro
e-mail: ¹aabrar250@yahoo.com

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk membahas pendekatan kualitatif dalam riset pemasaran sebagai bagian dari pengukuran kinerja bisnis di masa kini. Penelitian ini membandingkan tiga metode penelitian kualitatif: fenomenologi, grounded theory, dan etnografi. Hasil penelitian ini akan berguna untuk pengembangan teori dan pengambilan keputusan bisnis yang baik. Studi ini menunjukkan bahwa metode penelitian kualitatif saat ini dianggap cocok untuk digunakan dalam penelitian konsumen dan pemasaran secara umum. Artikel ini memaparkan metode penelitian yang mengambil pendekatan kualitatif dan membahas potensi penerapan metode tersebut dalam riset pemasaran dan pengukuran keberhasilan bisnis.

Kata Kunci: Kinerja Bisnis, Kualitatif, Pemasaran

Abstrak - This research aims to discuss qualitative approaches in marketing research as part of measuring business performance today. This research compares three qualitative research methods: phenomenology, grounded theory, and ethnography. The results of this research will be useful for theory development and good business decision making. This study shows that qualitative research methods are currently considered suitable for use in consumer and marketing research in general. This article describes a research method that takes a qualitative approach and discusses the potential application of this method in marketing research and measuring business success.

Keywords: Business Performance, Qualitative, Marketing.

PENDAHULUAN

Fokus pengukuran kinerja bisnis bergeser dari kinerja keuangan ke kinerja strategis, seperti kebahagiaan pelanggan. Diakui secara luas bahwa mengukur kinerja bisnis menjadi semakin sulit, mengharuskan penggunaan teknik kuantitatif dan kualitatif yang lebih maju.

Diperkirakan bahwa pendekatan kuantitatif menawarkan representasi dan pengukuran pola dan hasil perilaku yang lebih akurat. Karena metode kuantitatif bergantung pada sampel yang lebih besar, mereka dapat menjadi alat yang lebih berguna dalam pengambilan keputusan kebijakan karena mereka biasanya lebih cepat dan lebih hemat biaya. Namun, metodenya kaku dan memiliki peran terbatas dalam pengembangan teori karena mereka tidak dapat menjelaskan perilaku yang diukur. Selain itu, karena pendekatan kuantitatif berfokus pada saat ini, atau karena pendekatan tersebut memberikan dukungan yang tidak memadai untuk pemikiran yang berfokus pada masa depan (Easterby-Smith et al., 2008). Karena itu, pendekatan kualitatif memiliki peluang lebih besar untuk membantu dalam pengembangan teori-teori baru dengan memberikan pengetahuan tentang proses dan pengalaman perilaku yang unik.

Mengukur pertumbuhan kinerja perusahaan yang berkembang dari mengukur kesuksesan finansial menjadi mengukur kinerja strategis, seperti kebahagiaan pelanggan, merupakan tantangan yang semakin kompleks. Metode kuantitatif dan kualitatif yang canggih dan bervariasi diperlukan untuk memberikan gambaran yang akurat. Meskipun pendekatan kuantitatif dianggap lebih cepat dan hemat biaya, namun terbatas dalam mengidentifikasi perilaku yang dipantau dan kurang efektif dalam melihat ke masa depan. Memahami proses perilaku dan pengalaman individu lebih cenderung mengarah pada pengembangan teori baru melalui pendekatan kualitatif. Metode kuantitatif untuk penelitian kualitatif dikritik oleh positivis karena keandalannya yang rendah dan kurangnya tambahan pada tubuh pengetahuan. Peneliti kuantitatif sering disalahkan karena gagal memahami seluk-beluk makna di balik formulasi statistik mereka (Deshpande, 1983). Akibatnya, ketika keuntungan dan kerugian dari dua pendekatan diperiksa, mereka akan melengkapi satu sama lain. Keuntungan dari satu strategi terkait dengan kerugian dari yang lain. Untuk memeriksa atau mengkonfirmasi teori, teknik kuantitatif telah

dibuat. Sementara itu, pendekatan kualitatif sengaja dikembangkan untuk tujuan menemukan atau menghasilkan teori (Firestone, 1987).

Ketika menggunakan teknik kuantitatif untuk penelitian kualitatif, kritik positivis berfokus pada keandalan yang rendah dan kurangnya kontribusi terhadap korpus pengetahuan. Sementara itu, juga telah dikatakan bahwa peneliti kuantitatif gagal mengenali seluk-beluk makna yang mendasari formulasi statistik mereka (Deshpande, 1983). Selain itu, ketika

Ketika dievaluasi berdampak, kelebihan dan kekurangan kedua pendekatan tersebut saling melengkapi. Efektivitas salah satu pendekatan berkorelasi dengan kekurangannya. Untuk tujuan mengkonfirmasi atau menguji teori, metode kuantitatif telah dirancang. Sementara itu, pengembangan metodologi kualitatif yang bertujuan diarahkan pada tujuan memproduksi atau menemukan teori (Firestone, 1987).

Perdebatan antara penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif tidak terlepas dari paradigma penelitian yang digunakan. Argumen antara paradigma positivis dan interpretivis menunjukkan perlambatan, dengan berbagai metodologi yang diterima. Dalam dua dekade terakhir, jumlah artikel yang menggunakan pendekatan kualitatif meningkat di jurnal-jurnal bereputasi, menunjukkan bahwa penelitian kualitatif tidak lagi dianggap sebagai penelitian "spekulatif". Hal ini menunjukkan potensi besar penelitian kualitatif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk membahas pendekatan kualitatif dalam riset pemasaran sebagai bagian dari pengukuran kinerja bisnis saat ini.

Penelitian merupakan proses ilmiah yang bertujuan untuk menemukan kebenaran-kebenaran yang sah secara ilmiah guna mengatasi dan memecahkan suatu permasalahan. Ada berbagai kebenaran filosofis atau estetika yang dapat dijelaskan dengan menggunakan pendekatan ilmiah. Contohnya, terdapat kebenaran agama dan keindahan subjektif. Kebenaran ilmiah bergantung pada indra dan akal. Oleh karena itu, kebenaran ilmiah sangat terbatas dan bukan merupakan kebenaran mutlak. Kebenaran ilmiah tidaklah pasti atau tetap. Apabila kesimpulan diambil, maka kebenaran ilmiah yang telah ditemukan tidak akan abadi. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa kebenaran dapat diuji kembali berdasarkan penemuan sebelumnya. Paradigma penelitian adalah cara di mana peneliti menafsirkan realitas suatu masalah dengan teori dan ilmu pengetahuan. Menurut Guba & Lincoln (1994), paradigma penelitian merupakan kumpulan keyakinan dan pemahaman bersama antara para ilmuwan mengenai bagaimana suatu topik harus didekati dan dipahami.

Secara umum, terdapat dua kategori paradigma yang sering dimanfaatkan oleh para peneliti, yaitu paradigma kuantitatif dan kualitatif. Kedua kategori ini memiliki keunggulan dan kelemahan masing-masing. Kedua pendekatan memiliki seperangkat kriteria dan teknik mereka sendiri yang harus diikuti, terlepas dari apakah metodologi penelitian yang digunakan bersifat kuantitatif atau kualitatif. Keduanya memiliki kualitas yang berbeda, serta kelebihan dan kekurangan. Terdapat beberapa paradigma penelitian tambahan selain dua paradigma utama tersebut, seperti paradigma positivis, interpretatif, dan teori kritis.

1. Positivis

"Positivis mengadopsi ontologi realis" (Guba & Lincoln, 1994). Sudut Perspektif ontologis paradigma positivis menyatakan bahwa realitas adalah independen dan eksternal. Epistemologi positif memandang pengetahuan sebagai sarana untuk sampai pada kebenaran, memahami seluruh dunia, dan meramalkan dan memanipulasi perilaku (Senjaya, 2018). Akibatnya, positivisme biasanya menggunakan metode deduktif untuk menghasilkan dan menguji hipotesis serta menghasilkan hasil yang lebih tepat dan kuantitatif. Manipulasi data, operasionalisasi konsep, dan verifikasi statistik semuanya layak. Objektivitas adalah konsep penting lainnya dalam epistemologi positivis. Akibatnya, positivisme mendominasi penelitian kuantitatif. Studi kuantitatif, khususnya dalam hal karakterisasi struktur, mengidentifikasi hubungan antara struktur, dan menyajikan data secara kuantitatif. Membedakan sikap yang memerlukan pembenaran, validasi, dan pengujian obyektif melalui metodologi penelitian dari topik yang sedang dipelajari dan peneliti itu sendiri diperlukan. Bias dalam penelitian dapat dihilangkan dengan menggunakan desain penelitian yang efektif. Manfaat menggunakan metode penelitian kuantitatif termasuk kemampuan untuk mengukur dan menggeneralisasi hasil. Namun, metodologi ini terutama bergantung pada metodologi analitik, metodologi pengukuran, dan hipotesis yang dievaluasi dengan baik (Brand, 2009). Empat kualitas diperlukan untuk positivisme.

Sejauh mana temuan secara akurat memetakan suatu fenomena disebut sebagai validitas internal. Kemampuan hasil studi untuk diekstrapolasi ke konteks lain yang sebanding dikenal sebagai validitas eksternal. Reliabilitas, ketiga, adalah sejauh mana hasilnya dapat diulang atau direplikasi oleh beberapa peneliti lain. Keempat, objektivitas, atau seberapa tidak memihak hasilnya (Denzin & Lincoln, 2011).

2. Interpretatif

Metode fenomenologis atau interpretatif, berbeda dengan positivisme, bertujuan untuk memahami perilaku dari sudut pandang individu yang terlibat. Karena mereka menggunakan teknik penelitian yang memberi mereka akses ke budaya yang mereka pelajari untuk mengungkap logika inheren yang mendorong perilaku manusia, pendekatan interpretatif atau fenomenologis dianggap ideografis. Metode

Tujuan fenomenologis adalah untuk sepenuhnya memahami penyebab perilaku. Hal ini kurang peduli dengan mengukur frekuensi hasil perilaku dan lebih dengan memahami dan menjelaskan berbagai proses perilaku dan pengalaman individu.

Metode interpretatif dan fenomenologis bertujuan untuk memahami perilaku dari sudut pandang partisipan, berbeda dengan pendekatan positivisme. Teknik interpretatif atau fenomenologis dianggap ideografis karena berusaha mengungkap logika fundamental yang mendasari perilaku manusia dengan menggunakan metodologi penelitian yang memberikan peneliti akses ke budaya yang diteliti. Tujuan dari fenomenologi adalah untuk mencapai pemahaman menyeluruh tentang alasan di balik perilaku. Lebih penting untuk memahami dan menjelaskan banyak mekanisme yang mendasari perilaku dan pengalaman manusia daripada hanya mengukur frekuensi hasil perilaku. Validitas menjadi alat penilaian yang lebih signifikan dalam metode ini karena tujuan penelitian interpretatif adalah memberikan pengetahuan kepada peserta. Peneliti memiliki akses tak terbatas ke informasi dan signifikansi yang diberikan oleh informan (Easterby-Smith et al., 2012). Sifat kontekstual lebih diutamakan daripada generalisasi pengetahuan, dengan pengumpulan data yang kaya menjadi prioritas utama daripada penyederhanaan data. Oleh karena itu, prosedur penelitian kualitatif adalah yang paling umum digunakan dalam melakukan penelitian dalam paradigma ini.

Maka, validitas merupakan alat evaluasi yang lebih penting untuk penelitian interpretatif karena tujuannya adalah untuk menawarkan fleksibilitas dari sudut pandang peserta. Ini memberi peneliti akses lengkap ke pengetahuan dan interpretasi informan (Easterby-Smith et al., 2008). Stres

Pada sifat kontekstual, memperoleh data yang kaya daripada mengurangi data adalah tujuannya, sebagai lawan dari generalisasi informasi. Akibatnya, ketika melakukan penelitian, metodologi penelitian kualitatif biasanya lebih banyak digunakan dalam paradigma ini

3. *Critical Theory*

Sementara itu, hubungan antara subjek dan objek menjadi fokus utama dalam paradigma teori kritis (Brand, 2009). Terkadang, sulit untuk membedakan dengan jelas antara asumsi ontologis dan epistemologis. Praktiknya bersifat transaksional, dengan tujuan untuk mengubah ketidaktahuan dan kesalahpahaman menjadi kesadaran (Guba & Lincoln, 1994:110). Pendekatan ini merujuk pada metode yang terkait dengan metodologi kualitatif dan kuantitatif, serta didasarkan pada pemahaman tentang semua paradigma yang ada.

METODE PENELITIAN

Seperti yang dikatakan sebelumnya, paradigma interpretatif yang menopang penelitian kualitatif memiliki dibandingkan dengan penelitian kuantitatif, penelitian ini memiliki desain yang berbeda. Narasi penelitian, fenomenologi, grounded theory, etnografi, studi kasus, dan penelitian tindakan adalah contoh desain penelitian kualitatif (Denzin dan Lincoln, 1994; Creswell, 2007). Studi naratif digambarkan sebagai "pernyataan lisan atau teks tertulis yang memberikan penjelasan tentang suatu peristiwa atau tindakan atau serangkaian peristiwa atau tindakan, dan kronologis yang terhubung". Pentingnya pengalaman hidup individu atau kolektif dijelaskan oleh penelitian fenomenologis (Creswell, Sementara itu, grounded theory berusaha melampaui deskripsi untuk menghasilkan atau mengidentifikasi teori berdasarkan informasi dan akun langsung dari individu yang terlibat dalam prosedur, pertukaran, atau kegiatan serupa. Menurut Strauss dan Corbin (1990), grounded theory juga menempatkan penekanan kuat pada pemahaman interaksi sosial, proses sosial, dan perubahan sosial dari sudut pandang peserta. Sementara itu, metodologi penelitian etnografi menempatkan penekanan kuat pada kesadaran norma-norma budaya peserta (Creswell, 2007). Ini menggambarkan seluruh proses berbagi dan menyerap nilai-nilai, keyakinan, dan tindakan dari budaya kelompok dengan fokus pada budaya kelompok. Menurut Creswell (2007), studi kasus memerlukan pemeriksaan suatu topik melalui kasus-kasus di lingkungan atau konteks tertentu. Sementara penelitian tindakan melibatkan peserta dan lebih mungkin untuk menganalisis

masalah dalam situasi area studi tertentu (Brydon-Mill et al., 2003). Tiga pendekatan penelitian kualitatif — fenomenologi, grounded theory, dan etnografi juga akan dibahas secara rinci.

Penelitian yang dilakukan untuk menginvestigasi objek alamiah adalah contoh dari penelitian kualitatif, di mana peneliti menjadi instrumen utama (Sugiyono, 2012). Penelitian kualitatif berbeda dengan penelitian kuantitatif karena dimulai dengan data, menggunakan teori yang sudah ada sebelumnya sebagai dasar penjelasan, dan diakhiri dengan teori. Moleong mengembangkan definisi penelitian kualitatifnya sendiri sebagai sintesis dari konsep dasar penelitian kualitatif setelah meninjau beberapa definisi penelitian kualitatif yang berbeda. Menurut Lexy (2012), Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik. Penelitian ini dilakukan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Seperti yang telah dibahas sebelumnya, penelitian kualitatif didasarkan pada paradigma interpretivis, sehingga desain penelitiannya berbeda dengan penelitian kuantitatif. Contoh pendekatan desain penelitian kualitatif antara lain penelitian naratif, fenomenologi, grounded theory, etnografi, studi kasus, dan penelitian tindakan (Creswell & Poth, 2016; Denzin & Lincoln, 2011). Penelitian naratif didefinisikan sebagai "pernyataan lisan atau teks tertulis yang memberikan penjelasan tentang suatu peristiwa atau tindakan atau serangkaian peristiwa atau tindakan, dan kronologis yang terhubung". Sementara penelitian fenomenologi berusaha untuk menafsirkan makna dari pengalaman hidup orang atau komunitas (Creswell & Poth, 2016). Grounded theory, di sisi lain, berusaha melampaui deskripsi untuk menghasilkan atau mengungkap teori yang didasarkan pada data dan pengalaman peserta yang berbagi proses dan tindakan atau interaksi yang sama.

Fenomenologi telah digunakan sebagai filosofi dan metode dalam studi bisnis dan pelanggan untuk memahami masalah kompleks yang mungkin tidak mudah dikomunikasikan oleh respons permukaan. Namun, studi lebih lanjut tentang topik pemasaran mungkin telah dilakukan untuk melihat konsep inti fenomenologi dan bagaimana hal itu digunakan dalam situasi yang berbeda.

Pemeriksaan konsumsi gender dan gaya hidup oleh Thompson (1996), analisis praktik perawatan diri dan konsep diri oleh Thompson dan Hirschman (1995), studi yang dilakukan oleh Thompson et al. (1990) mengenai kebiasaan konsumsi sehari-hari wanita yang sudah menikah, dan dekonstruksi makna wacana mode dan hubungannya dengan identitas dan konsepsi diri oleh Thompson dan Haytko (1997) adalah beberapa contoh. Penelitian tentang pemberian hadiah oleh individu dilakukan oleh Mick dan Demoss (1990), O'Guinn dan Faber (1989) tentang belanja kompulsif, dan Woodruffe-Burton et al. (2002) tentang gender dan konsumsi adiktif. Sementara itu, Seebarsinghet Al. (2002) menyelidiki hubungan antara bangunan identitas dan bedah kosmetik, dan Goulding et al. (2002) memeriksa budaya untuk disintegrasikan identitas postmodern dan pembentukan komunitas baru.

Selain itu, grounded theory menekankan pada pemahaman interaksi sosial serta proses sosial dan perubahan sosial dari sudut pandang partisipan (Corbin, 1990). Di sisi lain, desain penelitian etnografi menekankan pada perhatian terhadap norma budaya partisipan (Creswell & Poth, 2016). Ini menempatkan penekanan pada kelompok budaya dan memberikan gambaran yang komprehensif tentang keseluruhan pola nilai, sikap, dan tindakan yang berasal dari kelompok budaya (Creswell & Poth, 2016). Studi kasus adalah jenis penelitian di mana suatu masalah atau topik diselidiki dengan memeriksa sejumlah contoh yang dikelompokkan bersama dalam satu lingkungan. Penelitian tindakan, di sisi lain, lebih cenderung menganalisis masalah dalam skenario tertentu dalam wilayah studi dengan memasukkan peserta (Brydon-Miller et al., 2003).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomenologi

Fenomenologi berasal dari kata Yunani "pahainomenon" yang dapat diterjemahkan sebagai gejala atau sebagai sesuatu yang memanifestasikan dirinya. Suatu kejadian diberi kesan asli dan kemungkinan untuk dipahami pada tingkat fundamental dan komprehensif berdasarkan makna frasa ini. Kejadian ini sering terjadi pada subjek penelitian maupun pada individu. Tujuan utama dari penelitian fenomenologi adalah untuk menyelidiki fenomena dengan berfokus pada pengalaman langsung individu dengan tantangan. Dikutip dari jurnal Qutoshi (2018) yang berjudul "Phenomenology: A Philosophy and Method of Inquiry", "guna mendapatkan hasil riset studi ini, peneliti harus melakukan wawancara mendalam". Namun, dalam bidang pemasaran, ada kemungkinan untuk lebih mendalami konsep yang mendasari fenomenologi dan penerapannya dalam skenario penelitian tertentu. Hal ini mungkin telah dilakukan dengan lebih seksama. Contoh-contoh berikut mencakup proses eksplorasi Thompson (1996) mengenai "konsumsi gender dan gaya hidup", analisis Thompson & Hirschman (1995) tentang "praktek perawatan diri dan konsepsi diri", studi Thompson et al. (1990) tentang "praktek konsumsi sehari-hari perempuan menikah", dan dekonstruksi Thompson & Haytko (1997)

tentang "makna wacana fashion dan hubungannya dengan identitas dan konsepsi diri". Mick & DeMoss (1990) mengeksplorasi "pemberian hadiah pribadi", O'Guinn & Faber (1989) "bekerja pada shopping kompulsif", Woodruffe-Burton et al. (2002) melakukan penelitian "gender dan konsumsi adiktif". Sementara itu, Goulding (2002) menganalisis "budaya untuk fragmentasi identitas postmodern dan munculnya komunitas baru", dan Seebaransingh & Patterson (2002) meneliti tentang "hubungan antara bedah kosmetik dan konstruksi identitas".

Grounded Theory

Pendekatan grounded theory adalah metode penelitian kualitatif yang secara metodis mengembangkan teori dari data dengan melalui beberapa langkah. Adalah Anselm Strauss dan Barney Glaser, dua sosiolog, yang pertama kali menciptakan metode ini. Teori data adalah tujuan dari metodologi grounded theory. Proses pengembangan teori dengan penekanan pada interaksi atau tindakan dikenal sebagai teoriisasi. Metode ini dimulai dengan data dan bergerak menuju teori.

Pada 1960-an, Glaser dan Strauss memperkenalkan grounded theory untuk pertama kalinya. Menurut Glaser dan Strauss (1967), banyak teknik yang saat ini digunakan berkonsentrasi pada pengumpulan data untuk mendukung teori. Para sarjana sering berkonsentrasi pada informasi yang menegaskan prasangka mereka dan sesuai dengan sudut pandang mereka sebelumnya (Glaser dan Strauss, 1967). Selanjutnya, Glaser dan Strauss (1967) mempresentasikan langkah-langkah yang diperlukan untuk membuat hipotesis berdasarkan bukti kualitatif. Metode ini dimulai dengan pembuatan data untuk mengembangkan gagasan atau teori, sebagai lawan dari memulai dengan hipotesis (Glaser, 2002).

Pendekatan grounded theory merupakan metode penelitian kualitatif yang menggunakan sejumlah prosedur sistematis untuk mengembangkan teori dari data. Pendekatan ini pertama kali dikembangkan oleh dua sosiolog, yaitu Barney Glaser dan Anselm Strauss. Tujuan dari pendekatan grounded theory adalah untuk membuat teori dari data. Teoritisasi adalah metode penyusunan teori yang berorientasi pada tindakan atau interaksi. Pendekatan ini bergerak dari data menuju teori. Grounded theory diperkenalkan pertama kali oleh Glaser dan Strauss pada tahun 1960an. Glaser & Strauss (2017) berpendapat bahwa "banyak metode penelitian berfokus pada memperoleh fakta-fakta untuk memverifikasi teori. Peneliti cenderung berfokus pada data yang sesuai dengan perspektif mereka sebelumnya dan memprediksi asumsi mereka". Langkah selanjutnya adalah Glaser & Strauss (2017) menyajikan proses-proses yang penting untuk menciptakan teori dari data kualitatif. Strategi ini dimulai dengan mengumpulkan bukti untuk menyusun gagasan atau teori, berlawanan dengan memulai dengan hipotesis seperti yang biasa dilakukan dalam penelitian ilmiah (Glaser, 2002). Sementara Locke (2000) menjelaskan "empat tahapan sebagai panduan peneliti yang akan menggunakan pendekatan grounded theory. Tahap 1 adalah membandingkan insiden yang berlaku untuk setiap kategori. Tahap 2 melibatkan integrasi kategori dan sifat mereka. Tahap 3 dari pendekatan grounded theory adalah pengembangan teori, dan tahap terakhir adalah penulisan teori. Pengumpulan data atau produksi data menggunakan grounded theory adalah bagian penting dari penelitian. Ini memainkan peran penting dalam pelaksanaan penelitian serta evaluasi kualitas dan kredibilitasnya (Charmaz, 2006). Menurut Marshall & Rossman (2014) "peneliti kualitatif biasanya bergantung pada empat metode utama untuk mengumpulkan informasi: partisipasi, mengamati secara langsung, wawancara mendalam, dan analisis dokumen dan material budaya". Baik metode pengumpulan maupun analisis data harus dilakukan dengan cara yang teliti jika seseorang ingin mencapai kesempurnaan dalam grounded theory, seperti halnya dengan semua penelitian kualitatif. Dalam kerangka grounded theory, rencana pengambilan sampel bersifat dinamis dan menyesuaikan dengan temuan baru yang muncul (Morse, 2007). Menurut Morse (2007), "jenis utama dari metode sampling dalam grounded theory adalah convenience sampling, purposive sampling, dan sampling teoritis". Analisis data dengan menggunakan grounded theory dimulai segera setelah data terkumpul. Bersamaan dengan itu, analisis data akan berlangsung untuk menciptakan teori. Taktik ini termasuk pengambilan sampel untuk menyempurnakan konsep teoretis peneliti, pengumpulan dan analisis data secara bersamaan, proses pengkodean data, perbandingan konstan, penulisan memo, dan integrasi kerangka teoretis (Charmaz, 2006; Corbin, 1990; Denzin & Lincoln, 2011). Langkah pertama dalam melakukan analisis data adalah membiasakannya dengan membaca banyak transkripsi, menyimpan buku harian reflektif, dan meninjau catatan lapangan. Kemudian, setelah itu dilanjutkan dengan iterasi sortasi, coding, dan perbandingan yang dilakukan sepanjang proses analisis keseluruhan (Charmaz, 2006). Pada tahap pertama analisis grounded theory, penekanan yang signifikan ditempatkan pada pengkodean data pendahuluan secara intensif. Charmaz (2006) menyarankan "dua tahap proses coding yaitu open coding dan focus coding. Open coding memungkinkan peneliti untuk mengambil data dengan melihat proses sosial dan mengidentifikasi daerah-daerah di mana data yang kurang dan harus dikumpulkan berikutnya. Focus coding adalah fase kedua yang digunakan untuk mensintesis sejumlah besar data dan menjelaskan hubungan antara mereka". Kode-kode ini dikatakan lebih spesifik, selektif, dan konseptual (Glaser & Strauss, 2017). Glaser (1978) menjelaskan bahwa proses coding terdiri dari coding substantif dan coding teoritis. Coding substantif adalah kode yang berasal dari data dan terus dibandingkan satu sama lain untuk membentuk kategori, sementara coding teoritis menjelaskan hubungan antar kode substantif. Menurut Glaser (1978), kode-kode yang dihasilkan dari data akan terus dibandingkan satu

sama lain. Kode-kode tersebut kemudian disusun dalam kategori yang sama persis seperti sebelumnya (Glaser, 1978). Kategori ini mencakup kode terbuka dan kode substansial. Kode terbuka adalah kode di mana proses pembatasan berlangsung sendiri hingga saturasi tercapai (Glaser & Strauss, 2017). Penjelasan mengenai hubungan antara kode substantif akan dijelaskan, yang kemudian akan membentuk kode teoretis, dan pada akhirnya akan menghasilkan pengembangan teori. Corbin (1990) menjelaskan "metode terstruktur pengkodean data termasuk open coding (mendisagregasi data menjadi unit), axial coding (menegaskan hubungan antara kategori), dan selective coding (mengintegrasikan kategori untuk menghasilkan teori)". Tahap pertama dalam analisis disebut pengkodean terbuka, yang melibatkan penguraian data menjadi kode. Hal ini dilakukan dengan melakukan pemeriksaan menyeluruh terhadap kata atau kalimat individu untuk menguraikan data. Setelah pengkodean terbuka selesai, pengkodean aksial yang berkaitan dengan kategori dilakukan pada subkategori yang berasal dari pengkodean terbuka. Pada tahap ini, mungkin sulit untuk memahami bagaimana kode-kode ini saling terkait (Glaser, 1978).

Glaser (1978) mengusulkan penyelesaian untuk masalah review data berulang-ulang dan kemudian melanjutkan proses pengkodean bahkan ketika peneliti ragu tentang temuan analisisnya. Langkah pertama adalah menuliskan ide-ide dan berdiskusi dengan orang lain setelahnya. Informasi yang terkumpul kemudian disimbolkan dengan menggunakan serangkaian kode (Corbin, 1990). Selanjutnya, untuk menetapkan kategori, kode-kode tersebut dikelompokkan bersama dengan konsep serupa. Biasanya, kejenuhan tercapai, di mana kategori yang muncul diberi label (Corbin, 1990). Pada akhirnya, penerapan kode yang selektif dilakukan untuk melanjutkan secara abstrak, analitis, dan konseptual. Tahap grounded theory ini merupakan bagian yang paling penting ketika kode-kode tersebut dihubungkan dengan berbagai kategori lain dan menggambarkan sebagian besar dari pengalaman yang sedang diteliti.

Dalam penelitian, pembuatan atau pengumpulan data sangat penting untuk grounded theory. Sangat penting untuk melakukan penelitian dan untuk mengevaluasi kaliber dan keandalannya (Charmaz, Marshall dan Rossman (2011) menyatakan bahwa empat metodologi utama biasanya digunakan oleh peneliti kualitatif. Informasi akan dikumpulkan melalui partisipasi, pengamatan dekat, wawancara mendalam, analisis dokumen, dan studi materi budaya.

Seperti halnya semua penelitian kualitatif, kunci keberhasilan dalam grounded theory adalah perlunya pengumpulan data dan metode analitik yang ketat. Rencana sampel dalam grounded theory bersifat dinamis dan beradaptasi seiring dengan kemajuan penyelidikan (Morse, 2010). Convenience sampling, purposeful sampling, dan theoretical sampling adalah tiga kategori utama teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam grounded theory, menurut Morse (2010).

Teknik pengambilan sampel yang biasanya digunakan dan dikenali oleh peneliti saat melakukan Penelitian grounded theory menggunakan sampling teoritis dan analisis purposive. Peneliti sering menggunakan purposive sampling pertama, diikuti oleh sampling teoritis (Strauss dan Corbin, 1990). Purposive sampling bertujuan untuk menyeleksi responden secara spesifik berdasarkan sifat atau atribut yang telah dikenali. Sedangkan menurut Glaser dan Strauss (1967), theoretical sampling adalah tindakan mengumpulkan informasi dalam rangka mengembangkan suatu teori.

Grounded theory mencakup pengambilan sampel teoritis sebagai komponen penting dari pengambilan sampel berbasis data berbasis konsep (Glaser, 1978; Strauss dan Corbin, 1990). Penggunaan kategorisasi data dan pendekatan komparatif konstan membuat pengambilan sampel teoritis lebih mudah karena memungkinkan peneliti untuk menemukan kesenjangan dalam pengetahuan yang harus diatasi untuk menciptakan teori dan menawarkan sumber data yang kaya (Strauss dan Corbin, 1990).

Fokus pengambilan sampel teoritis adalah konsep daripada orang, berbeda dengan sampel konvensional di mana peneliti dilatih tentang pengambilan sampel orang dan faktor kontrol. Ini didefinisikan sebagai prosedur pengumpulan data untuk menghasilkan teori dengan memanfaatkan kode untuk membangun pengumpulan data tambahan setelah data awal telah dianalisis (Glaser, 1978). Kejenuhan data adalah proses menghasilkan data dari sampel sampai tidak ada lagi data yang dapat dihasilkan; Konsep pengambilan sampel teoritis tidak mengontrol sampel. Kejenuhan, bagaimanapun, juga mengacu pada pengembangan data di sekitar tema daripada hanya penciptaan data tambahan (Strauss dan Corbin, 1990).

Menurut Glaser dan Strauss (1967), pengambilan sampel awal perlu didasarkan pada sudut pandang yang luas yang bertentangan dengan kerangka teoritis yang sudah ada sebelumnya. Oleh karena itu, data pertama dikumpulkan dimulai dengan fenomena yang diteliti (Glaser dan Strauss, 1967; Glaser, 1978). Tujuan dari sampel awal adalah untuk menghasilkan data.

Akibatnya, persyaratan untuk wawancara, salah satu metodologi utama grounded theory, agak luas. Pertanyaan utama dapat didistribusikan kepada setiap peserta, tetapi beberapa mungkin mengubahnya untuk menciptakan penekanan teoritis atau mengumpulkan data (Glaser, 1978). Selama wawancara pertama, pertanyaan umum akan diajukan, tetapi selanjutnya, pertanyaan yang lebih terfokus akan ditanyakan untuk membantu dengan kejenuhan ide dan kategori baru.

Banyak disiplin ilmu sosial, termasuk antropologi, sejarah, dan ilmu politik, berurusan dengan data kualitatif, yang biasanya dinyatakan dalam kata-kata yang bertentangan dengan angka. Ini telah berubah menjadi paradigma yang lebih kualitatif selama sepuluh tahun terakhir (Miles dan Huberman, 1994).

Ada tiga metode untuk menganalisis data kualitatif: interpretivisme, antropologi sosial, dan penelitian sosial kolaboratif, menurut Miles dan Huberman (1994). Interpretivisme, seperti fenomenologi dan interaksi sosial, selalu melibatkan interpretasi makna oleh peneliti serta aktor sosial. Semua interpretivis juga berpendapat bahwa dengan menggunakan Informan, peneliti lebih "terpisah" dari subjek penelitian mereka. Menurut Miles dan Huberman (1994), peneliti adalah individu dengan perspektif, keyakinan, dan orientasi mereka sendiri, dan mereka termasuk dalam budaya tertentu dalam periode itu. Antropologi sosial, yang berkaitan dengan keteraturan perilaku dalam konteks sehari-hari termasuk penggunaan bahasa, objek, ritual, dan hubungan yang sudah ada sebelumnya, adalah strategi kedua dalam analisis data kualitatif. Strategi ketiga adalah penelitian sosial kolaboratif, di mana peserta dan peneliti bekerja sama secara erat sejak awal (Miles dan Huberman, 1994).

Analisis grounded theory dimulai segera setelah data dikumpulkan. Pemrosesan data secara simultan akan menghasilkan produksi teori. Menurut Strauss dan Corbin (1990), Denzin dan Lincoln (2003), Charmaz (2006), pendekatan ini memerlukan pengumpulan dan analisis data bersamaan, pengkodean data proses, perbandingan berkelanjutan, penulisan memo, pengambilan sampel untuk mengasah konsep teoritis peneliti, dan integrasi kerangka teoritis. Pertama, data akan diperiksa secara menyeluruh menggunakan berbagai pembacaan transkripsi, buku harian reflektif, dan alat pencatat. Selanjutnya, serangkaian penyortiran, pengkodean, dan perbandingan berulang dilakukan di seluruh proses analitik (Charmaz, 2006).

Analisis grounded theory dimulai dengan fokus pada pengkodean menyeluruh dari data awal. Open coding dan concentrate coding adalah dua fase dari proses coding yang diusulkan Charmaz (2006). Melalui penggunaan pengkodean terbuka, peneliti dapat mengekstrak data dengan memeriksa proses sosial dan menentukan tempat-tempat di mana lebih banyak data diperlukan. Tahap kedua, yang dikenal sebagai fokus pengkodean, digunakan untuk menggabungkan banyak data dan mengklarifikasi bagaimana kaitannya dengan data lain. Dikatakan bahwa kode-kode ini lebih konseptual, fokus, dan selektif (Glaser dan Strauss, 1967).

Proses pengkodean dibagi menjadi kategori substantif dan teoritis oleh Glaser (1978). Pengkodean teoritis menggambarkan hubungan antara kode substantif, sedangkan pengkodean substantif membuat kode berdasarkan fakta dan terus membandingkannya untuk membentuk kategori. Glaser (1978) menyatakan bahwa mereka akan terus dibandingkan satu sama lain sebagai kode yang berasal dari data. Kemudian, menurut Glaser (1978), kode-kode ini dikonsolidasikan ke dalam satu kategori. Kode substansial atau kode di mana proses pembatasan terjadi secara alami sampai saturasi tercapai membentuk kategori ini (Glaser dan Strauss, 1967). Sebuah teori akan muncul dari penjelasan tentang hubungan antara kode-kode substantif, yang mengkonseptualisasikan kode teoritis.

Tiga pendekatan terorganisir pengkodean data disajikan oleh Strauss dan Corbin (1990): pengkodean aksial (menegaskan hubungan antar kategori), pengkodean selektif (mengintegrasikan kategori untuk menghasilkan teori), dan pengkodean terbuka (menggabungkan data ke dalam unit). Open coding adalah langkah pertama dalam analisis, di mana data dibagi menjadi beberapa kode. Analisis mendalam terhadap kata atau kalimat yang bertujuan untuk mengungkapkan lebih banyak informasi dilakukan dengan cara ini.

Pengkodean aksial untuk kategori dan subkelasnya muncul setelah pengkodean terbuka. Masalah Langkah ini menunjukkan bahwa akan sulit untuk memahami hubungan antara berbagai potongan kode (Glaser, 1978). Glaser (1978) menawarkan metode untuk berulang kali membaca data dan kemudian coding bahkan dalam situasi ketika peneliti tidak yakin dengan kesimpulan analisis. Kejenuhan data didefinisikan oleh Glaser dan Strauss (1967) sebagai tidak adanya data yang baru ditemukan. Menurut Glaser (1978) dan Strauss dan Corbin (1990), ada dua tahap saturasi data: saturasi teoritis dan saturasi kategoris. Istilah "kategori saturasi" mengacu pada proses di mana tidak ada data baru yang terungkap saat pengkodean. Hasil dari generasi teoritis, bukan hanya konfirmasi, adalah fokus dari kejenuhan teoritis. Verifikasi antara menghasilkan wawasan teoritis dan mengumpulkan data akan diperlukan untuk ini.

Menurut Mruck dan Mey (2007), refleksi adalah pemahaman peneliti tentang bagaimana pengalaman, pendapat, dan hasrat mereka dapat mempengaruhi penelitian dan bagaimana anggapan mereka dapat berdampak pada hasil. Reflektifitas, menurut Mruck dan Mey (2007), adalah tentang bagaimana peneliti terlibat dengan subjek di lapangan, masalah yang mereka hadapi, dan bagaimana masalah tersebut tidak ditangani. Reflektifitas meningkat dalam pendekatan kualitatif tidak hanya selama pengumpulan data tetapi juga di seluruh analisis data, karena sensitivitas dan latar belakang peneliti mempengaruhi proses (Corbin dan Strauss, 2008). Reflektifitas dicapai dengan secara rutin memeriksa data pengkodean untuk memperkuat validitas analisis. Selanjutnya, komposisi memo akan membantu peneliti dalam mendapatkan pemahaman dari berbagai sudut pandang dan menjaga terhadap sensitivitas data atau penutupan peserta.

Etnografi

Pendekatan etnografi berakar pada antropologi budaya, yang masih relevan saat ini karena penekanannya pada konsep skala masyarakat yang kecil, sentral. Fokus utama pendekatan ini adalah pada bangunan dan pelestarian budaya. Untuk memahami makna dari sistem umum yang kita sebut sebagai budaya, etnografi berusaha untuk melihat sesuatu yang melampaui apa yang dikatakan individu. Akun etnografi mungkin bersifat komprehensif atau parsial, berfungsi sebagai sarana untuk mengidentifikasi benang merah dari fenomena bersama yang berkaitan dengan agama, interaksi sosial, dan teknik manajerial.

"Etnografi mencoba menjelaskan pola terstruktur tindakan budaya dan / atau sosial tidak hanya pada aspek kognitif, afektif, tetapi juga pada aspek perilaku," menurut Arnould (1998), yang memberikan analisis menyeluruh tentang etnografi berorientasi konsumen. Menurut Stebbins (1997), etnografi penelitian dapat digunakan untuk memeriksa gaya hidup dalam kerangka budaya atau subkultur di mana mereka lazim, dan Arnold dan Wallendorf (1994) membahas penggunaan etnografi untuk orientasi pasar dalam pengembangan strategi pemasaran.

Metode etnografi berasal dari antropologi budaya, yang berfokus pada masyarakat berskala kecil dan tema-tema utama yang tetap signifikan hingga saat ini. Tujuan utama dari strategi ini adalah pengembangan dan pelestarian budaya. Etnografi berusaha untuk melihat sejauh mana yang dikatakan individu untuk memahami pentingnya sistem umum yang dikenal sebagai budaya. Etnografi dapat berupa deskripsi menyeluruh atau kelompok parsial untuk menemukan benang merah kejadian, baik yang bersifat religius, sosial, atau manajerial. Arnould (1998) memberikan pembahasan mendalam etnografi berorientasi konsumen menunjukkan bahwa "etnografi mencoba untuk menjelaskan pola terstruktur dari tindakan yang budaya dan/atau sosial bukan hanya pada aspek kognitif, afektif, tetapi juga sampai pada aspek perilaku". Stebbins (1997) menggambarkan "potensi penelitian etnografi untuk mempelajari gaya hidup dalam konteks budaya atau sub-budaya di mana mereka berlaku", sedangkan Arnould & Wallendorf (1994) membahas "relevansi etnografi dengan orientasi pasar untuk mengembangkan strategi pemasaran".

KESIMPULAN

Pendekatan yang lebih mendalam untuk riset pemasaran dan pengukuran kinerja bisnis disediakan oleh metodologi kualitatif. Sebagai metodologi yang berasal dari lapangan, grounded theory Sosiologi, yang berkaitan dengan bagaimana individu dan kelompok berperilaku, telah tumbuh dan sekarang dianggap sebagai salah satu pendekatan yang dapat diandalkan untuk penelitian kualitatif dalam domain bisnis dan pemasaran. Ada beberapa aspek dari metodologi grounded theory yang harus dipertimbangkan oleh para peneliti. Kebutuhan pertama adalah pengumpulan dan pengolahan data harus dilakukan secara bersamaan. Kedua, data harus digunakan untuk membangun kode dan kategori analitik daripada "hipotesis" logis yang dihasilkan. Ketiga, gunakan teknik perbandingan kontinu yang melibatkan pembandingan selama fase analitik. Keempat, evolusi teori selama proses pengumpulan dan analisis data. Langkah kelima adalah membuat memo yang mencantumkan kategori, menggambarkannya, memastikan karakteristiknya, membangun hubungan antar kategori, dan menunjukkan kesenjangan apa pun. Keenam, pengambilan sampel tidak dimaksudkan untuk representasi populasi; sebaliknya, ini dimaksudkan untuk perumusan teoretis. Langkah ketujuh adalah membuat analisis independen dan kemudian melakukan tinjauan literatur. Meskipun sampling teoritis dan saturasi adalah data dan teori yang baik sebelum mengklaim teori yang dihasilkan, grounded theory lebih fleksibel dalam hal data. Ini memiliki potensi untuk digunakan dalam berbagai konteks dan topik penelitian di luar perilaku konsumen, seperti skenario penjualan atau kemitraan pemasaran.

Dalam penelitian pemasaran dan evaluasi kinerja perusahaan, metodologi kualitatif memberikan pendekatan yang lebih mendalam dan berfokus pada analisis. Grounded theory merupakan metode yang diturunkan dari sosiologi yang berfokus pada perilaku masyarakat individu dan kolektif dan telah menjadi salah satu metode penelitian kualitatif yang paling dipercaya di bidang pemasaran dan bisnis. Ada berbagai aspek metodologi grounded theory yang harus diperhatikan oleh para peneliti. Pertama, partisipasi simultan dalam pengumpulan dan pemrosesan data diperlukan. Kedua, kode dan kategori analitik harus diturunkan dari data, bukan dari "hipotesis" logis yang terbentuk sebelumnya. Ketiga, Metode perbandingan konstan yang melibatkan perbandingan selama proses analisis. Keempat, pengembangan teori pada setiap level pengumpulan dan analisis data. Kelima, menyusun memo untuk menguraikan kategori, menentukan fiturnya, membuat tautan kategori, dan mendeteksi kesenjangan. Keenam, tujuan pengambilan sampel adalah pengembangan teori, bukan representasi populasi. Mengikuti pengembangan analisis independen, lakukan tinjauan literatur. Sebelum mengklaim membangun sebuah teori, grounded theory menekankan pengambilan sampel dan kejenuhan data dan teori

melalui pengambilan sampel teoritis. Ini memiliki kemampuan untuk membuka berbagai jalan studi dan skenario di luar perilaku konsumen, seperti hubungan pemasaran dan keadaan penjualan.

Pengamatan partisipatif dan wawancara merupakan dua elemen penting dalam etnografi. Fokus penelitian ini adalah pada interaksi antar departemen, isu-isu gender, tantangan etika dalam pemasaran, dan pembelian produk ramah lingkungan. Di sisi lain, fenomenologi dan filosofi eksperiensial memiliki karakteristik unik yang dapat membantu dalam pengembangan teori berdasarkan pengalaman sehari-hari, baik dalam proses konsumsi maupun keputusan strategis.

Secara umum, etnografi melibatkan keterlibatan, observasi, dan wawancara. Bidang minatnya dalam penelitian adalah masalah gender, etika pemasaran, dinamika antardepartemen, dan konsumsi produk hijau. Sementara itu, fenomenologi memiliki kualitas yang berbeda dan filosofi pengalaman sendiri, yang mungkin membantu dalam mengembangkan teori berdasarkan pengalaman dunia nyata, baik dalam hal konsumsi atau pengambilan keputusan taktis.

REFERENSI

- Arnould, E. J. (1998). Daring consumer-oriented ethnography. *Representing Consumers: Voices, Views and Visions*, 85–126.
- Arnould, E. J., & Wallendorf, M. (1994). Market-oriented ethnography: interpretation building and marketing strategy formulation. *Journal of Marketing Research*, 31(4), 484–504.
- Brand, V. (2009). Empirical business ethics research and paradigm analysis. *Journal of Business Ethics*, 86(4), 429–449.
- Brown, S. (2003). Crisis, what crisis? Marketing, Midas, and the Croesus of representation. *Qualitative Market Research: An International Journal*.
- Brydon-Miller, M., Greenwood, D., & Maguire, P. (2003). Why action research? In *Action research* (Vol. 1, Issue 1, pp. 9–28). Sage Publications.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. sage.
- Corbin, J. M. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Sage.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The Sage handbook of qualitative research*. sage.
- Deshpande, R. (1983). “Paradigms lost”: On theory and method in research in marketing. *Journal of Marketing*, 47(4), 101–110.
- Easterby-Smith, M., Thorpe, R., & Jackson, P. R. (2012). *Management research*. Sage.
- Firestone, W. A. (1987). Meaning in method: The rhetoric of quantitative and qualitative research. *Educational Researcher*, 16(7), 16–21.
- Glaser, B. G. (1978). *Theoretical sensitivity*. mill valley. CA: Sociology Press.
- Glaser, B. G. (2002). Conceptualization: On theory and theorizing using grounded theory. *International Journal of Qualitative Methods*, 1(2), 23–38.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2017). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Routledge.
- Goulding, C. (2002). *Grounded Theory: A Practical Guide For Management, Business And Market Researchers*, [e-book] London: Thousand Oaks, Calif. Available through: LUSEM Library Website.
- Goulding, C. (2005). *Grounded theory, ethnography and phenomenology: A comparative analysis of three*

- qualitative strategies for marketing research. *European Journal of Marketing*.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. *Handbook of Qualitative Research*, 2(163–194), 105.
- Lexy, J. M. (2012). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Locke, K. (2000). Grounded theory in management research. *Grounded Theory in Management Research*, 1–160.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2014). *Designing qualitative research*. Sage publications.
- Mick, D. G., & DeMoss, M. (1990). Self-gifts: Phenomenological insights from four contexts. *Journal of Consumer Research*, 17(3), 322–332.
- Morse, J. M. (2007). Sampling in grounded theory. *The SAGE Handbook of Grounded Theory*, 229–244.
- O’Guinn, T. C., & Faber, R. J. (1989). Compulsive buying: A phenomenological exploration. *Journal of Consumer Research*, 16(2), 147–157.
- Qutoshi, S. B. (2018). Phenomenology: A philosophy and method of inquiry. *Journal of Education and Educational Development*, 5(1).
- Seebaransingh, N., & Patterson, M. (2002). Finding ourselves: women, breast augmentation and identity. *ACR Gender and Consumer Behavior*.
- Senjaya, A. J. (2018). Tinjauan Kritis Terhadap Istilah Metode Campuran (Mixed Method) Dalam Riset Sosial. *Risalah, Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 4(1, March), 103–118.
- Stebbins, R. A. (1997). Lifestyle as a generic concept in ethnographic research. *Quality and Quantity*, 31(4), 347–360.
- Sugiyono, M. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Thompson, C. J. (1996). Caring consumers: Gendered consumption meanings and the juggling lifestyle. *Journal of Consumer Research*, 22(4), 388–407.
- Thompson, C. J., & Haytko, D. L. (1997). Speaking of fashion: consumers’ uses of fashion discourses and the appropriation of countervailing cultural meanings. *Journal of Consumer Research*, 24(1), 15–42.
- Thompson, C. J., & Hirschman, E. C. (1995). Understanding the socialized body: A poststructuralist analysis of consumers’ self-conceptions, body images, and self-care practices. *Journal of Consumer Research*, 22(2), 139–153.
- Thompson, C. J., Locander, W. B., & Pollio, H. R. (1990). The lived meaning of free choice: An existential-phenomenological description of everyday consumer experiences of contemporary married women. *Journal of Consumer Research*, 17(3), 346–361.