

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dimana penelitian kualitatif sebagai metode ilmiah sering digunakan dan dilaksanakan oleh sekelompok peneliti. Penelitian kualitatif dilakukan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan yang dilakukan di lapangan.

Alasan peneliti menggunakan penelitian kualitatif pada penelitian ini ialah karena sesuai dengan fenomena yang berdasarkan pada permasalahan penelitian atau pertanyaan penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena peneliti ingin menggali lebih dalam objek penelitiannya yaitu program shopee affiliate pada marketplace shopee, yang kemudian bagaimana media sosial instagram bisa dikatakan dapat bekerja secara efektif dalam promosi pemasaran online sekaligus ingin menyajikan penuturan atau keterangan secara naratif dan terperinci.

2. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan naratif kualitatif. Penelitian kualitatif naratif merupakan penelitian kualitatif yang spesifik yang narasinya dipahami sebagai suatu teks yang dituturkan atau dituliskan dengan menceritakan tentang suatu peristiwa/aksi yang saling terhubung secara kronologis. Informasi atau keterangan terkait penelitian diperoleh melalui kejadian atau cerita yang pernah dialami langsung oleh narasumber. Pada penelitian ini data terkait informasi dilakukan dengan cara wawancara dengan 8 narasumber yang berstatus mahasiswa baik dari kudus maupun non-kudus.

Prosedur dalam pelaksanaan penelitian ini dimulai dengan memfokuskan pada pengkajian terhadap satu atau beberapa individu, pengumpulan data dilakukan melalui penelaahan cerita mereka, pelaporan pengalaman individual, dan penyusunan secara kronologis atas makna dari pengalaman tersebut atau menggunakan tahapan perjalanan hidup (*life course stages*).¹

¹ Sapto Haryoko, dkk., *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknis, & Prosedur Analisis)*, (Makassar: Badan Penerbit UNM, 2018), 32.

B. *Setting* Penelitian

Setting penelitian merupakan salah satu hal yang penting dan sudah direncanakan serta ditentukan di awal penelitian. *Setting* penelitian merupakan tempat yang dijadikan penelitian.²

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian adalah sasaran atau target dimana penelitian dilakukan. Penetapan lokasi atau objek penelitian merupakan tahap yang sangat penting dalam penelitian kualitatif, karena dengan ditetapkannya sasaran penelitian berarti objek dan tujuan sudah ditetapkan sehingga mempermudah peneliti dalam menentukan penelitian.

Peneliti dalam mendapatkan informasi pada penelitian ini berasal dari kalangan mahasiswa yang bergabung dan menjadi *member* pada program “*shopee affiliate*” baik mahasiswa yang berasal dari daerah Kudus maupun non-Kudus dan konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian produk melalui link *shopee affiliate*.

2. Waktu Penelitian

Adapun penelitian ini dilaksanakan dengan melakukan *interview* atau mewawancarai mahasiswa yang menjadi *member shopee affiliate* atau *affiliator* dan konsumen *shopee affiliate*. Wawancara dilakukan pada bulan Juni 2022 secara bertahap dalam kurun waktu 2 minggu dengan melibatkan 8 narasumber sebagai informan.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah orang-orang yang menjadi sumber informasi dan dapat memberikan data atau keterangan sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Subjek penelitian dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu pemilihan subjek penelitian dengan cara sengaja oleh peneliti berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu.³ Hal ini didukung oleh penulis buku yang menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif tidak ada sampel acak akan tetapi sampel yang bertujuan untuk *purposive sampling*.⁴ Peneliti memfokuskan diri pada penelitian ini

² Bagong Suyanto, *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*, (Jakarta: Prenada Media, 2015), 171.

³ Sanapiah Faizal, *Format-Format Penelitian Sosial*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), 67.

⁴ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), 165.

kepada pihak-pihak atau orang yang posisinya memiliki pengetahuan, pengalaman, dan informasi terkait “Shopee Affiliate Program”.

Peneliti dalam penelitian ini akan meminta informan terkait informasi dan data yang berkenaan dengan optimalisasi pemasaran melalui media sosial yaitu mahasiswa yang menjadi member “shopee *affiliate*” dan konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian melalui tautan *link* “shopee *affiliate*”.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat ditentukan kriteria subjek penelitian sebagai berikut:

1. Informan merupakan pihak yang telah bergabung dalam program “shopee *affiliate*”. Berdasarkan informan dalam penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut:
 - a. Informan aktif melakukan kegiatan promosi dan pemasaran melalui media sosial instagram. Informan yang dimaksud adalah *member* atau *affiliator* yang menjalankan “shopee *affiliate program*” dan telah melakukan strategi pemasaran melalui media sosial instagram.
 - b. Informan berjumlah 5 orang, yaitu mahasiswa yang berasal dari Kudus dan non-Kudus.
 - c. Informan memiliki pengikut di atas 500 *followers*.
 - d. Informan memiliki *followers* lebih banyak dibanding *following* di instagram.
2. Informan merupakan pihak yang terlibat dalam proses pemasaran shopee *affiliate*, dalam hal ini adalah konsumen atau pelanggan. Berdasarkan informan dalam penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut:
 - a. Informan pernah melakukan pembelian produk melalui tautan *link* shopee *affiliate*.
 - b. Informan mendapatkan informasi mengenai *link* shopee *affiliate* melalui media sosial instagram.
 - c. Informan berjumlah 3 orang konsumen.

Dalam kriteria tersebut, dapat ditentukan subjek penelitiannya adalah:

1. Member shopee *affiliate* yang aktif melakukan pemasaran melalui media sosial instagram.
2. Konsumen atau pelanggan yang pernah melakukan transaksi pembelian online produk shopee melalui tautan *link* yang dibagikan oleh *member* shopee *affiliate* di instagram.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini di sesuaikan dengan jenis data yang dikumpulkan. Maka berdasarkan hal tersebut, sumber data dalam penelitian ini adalah:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama melalui prosedur dan teknik pengambilan data berupa *interview* dan observasi. Dalam penelitian kualitatif, jumlah sumber data atau responden tidak ditentukan sebelumnya, sebab apabila telah diperoleh informasi yang maksimal, maka tujuan menelaah sudah terpenuhi. Oleh karena itu konsep sampel dalam penelitian kualitatif adalah berkaitan dengan bagaimana memilih responden dan situasi sosial tertentu yang dapat memberikan informasi yang mantap dan terpercaya mengenai fokus peneliti.

Untuk memperoleh data yang jelas dan sesuai dengan permasalahan yang akan dibahas, maka peneliti melakukan penelitian dengan cara menghubungi atau mengontak pihak yang aktif melakukan pemasaran shopee *affiliate* melalui media sosial instagram. Dari hasil observasi maka diperoleh data responden yang meliputi: (1) Member shopee *affiliate*, dan (2) Konsumen yang melakukan transaksi atau pembelian melalui *link affiliate*.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang tidak langsung, biasanya berupa data dokumentasi dan arsip-arsip penting. Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah: (1) Buku-buku yang relevan dengan judul penelitian, dan (2) Dokumentasi mengenai proses pemasaran shopee *affiliate* melalui media sosial instagram yang memiliki relevansi dengan fokus masalah penelitian. Sumber tersebut nantinya akan dieksplorasi dengan teknik pengumpulan dokumentasi dan kajian pustaka yang terdiri dari buku-buku, arsip, dan dokumen pribadi. Waktu dan peristiwa, dimana peneliti memperoleh data antara lain meliputi proses pengambilan keputusan, rencana atau rancangan konten, proses pemasaran, dan evaluasi strategi.

Penentuan sumber data pada orang yang diwawancarai dilakukan secara *purposive*, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu. Penentuan sampel dalam penelitian kualitatif tidak didasarkan pada perhitungan statistik. Jadi, yang menjadi kepedulian bagi peneliti kualitatif adalah “tuntasnya” perolehan informasi dengan keragaman variasi yang ada, bukan banyaknya sumber data.⁵

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 216-221.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dipergunakan menggunakan berbagai teknik, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tujuan dari pengumpulan data yakni untuk memperoleh data maupun informasi.⁶ Ketiga teknik yang telah disebutkan dipergunakan untuk memperoleh data dan informasi yang saling menunjang dan melengkapi mengenai kinerja pemasar atau pihak member pada program “shopee affiliate” di instagram.

1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri spesifik apabila dibandingkan dengan teknik yang lain yaitu seperti wawancara dan kuesioner. Jika pada metode wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, akan tetapi juga melibatkan objek-objek alam yang lain.⁷

Observasi penelitian ini dilakukan dengan cara partisipan maupun non-partisipan. Untuk pengumpulan data dilakukan dengan cara berkomunikasi dengan pihak member yang menjalankan program shopee *affiliate* yang telah melakukan promosi atau pemasaran melalui media sosial instagram dan juga pihak konsumen atau pembeli produk shopee melalui *link* shopee *affiliate* di instagram.

Tabel 3.1 Pedoman Observasi

Tabel Pedoman Observasi	
Observer	\`Iffatul Kamilah
Subjek Observasi	Pihak Member - Ersya Zahrotul Jannah (Bandung) - Nely Syahida Nikmah (Malang) - Nina Khoiril Mala (Jepara) - Zum A`la (Kudus) - Rohmatin (Kudus) Pihak Konsumen - Wahdatul Himah (Kudus) - Siti Nur Hikmah (Bekasi) - Siti Muhimmatul aliyah (Semarang)
Lokasi Observasi	Kudus dan non-Kudus
Waktu Observasi	Juni 2022, observasi dilaksanakan secara bertahap dalam kurun waktu dua minggu.
Model Observasi	Observasi partisipatif

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 103.

⁷ Sutrisno Hadi, *Metodologi Research, Jilid III*, (Yogyakarta: Andi, 1995), 145.

Variabel Observasi	Optimalisasi Pemasaran <i>Online Affiliate Marketing</i> melalui Media Sosial
Dimensi Observasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Affiliate Marketing</i> “Shopee Affiliate Program” 2. <i>Social Networking</i> Media Sosial Instagram 3. Konten Pemasaran 4. Langkah-langkah Pemasaran 5. Optimalisasi Pemasaran <i>Online Shopee Affiliate</i> melalui Media Sosial Instagram.

2. *Interview/Wawancara*

Wawancara atau *interview* adalah percakapan langsung yang dilakukan oleh dua pihak dengan satu tujuan yang telah ditetapkan. Metode wawancara identik dengan *interview*, secara sederhana dapat dimaknai sebagai dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara atau narasumber.⁸ Sebagai informasi kunci (*key informan*) adalah *member* yang melakukan pemasaran yang aktif melalui media sosial instagram.

- a. *Interview* tak Terpimpin
Interview tak terpimpin adalah proses wawancara dimana *interview* tidak sengaja mengarahkan tanya jawab pada pokok-pokok persoalan dari fokus penelitian dengan orang yang diwawancarai.
- b. *Interview* Terpimpin
Interview terpimpin merupakan metode teknik pengumpulan data dengan wawancara yang menggunakan panduan pokok-pokok masalah yang di teliti.
- c. *Interview* Bebas Terpimpin
Interview bebas terpimpin adalah kombinasi antara *interview* tak terpimpin dengan *interview* terpimpin. Jadi, terwawancara hanya membuat pokok-pokok masalah yang akan diteliti, selanjutnya ketika dalam forum atau proses wawancara berlangsung wawancara berjalan mengikuti situasi. Peneliti sebagai pihak pewawancara harus dapat

⁸ S. Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), 135.

mengarahkan narasumber atau pihak yang diwawancarai apabila ternyata pihak tersebut menyimpang.⁹

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan jenis wawancara atau *interview* bebas terpimpin, yang artinya bahwa pewawancara atau *interviewer* memberikan kebebasan kepada orang atau pihak yang di *interview* untuk memberikan tanggapan atau jawaban sendiri. Peneliti menggunakan cara ini dengan tujuan untuk mendapatkan data yang relevan, serta agar tidak menginginkan adanya kekakuan antara peneliti sebagai peng-*interview* dengan orang atau pihak yang menjadi narasumber. Teknik *interview* seperti ini peneliti gunakan sebagai teknik pengumpulan data dan informasi terkait apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti.

Tabel 3.2 Pedoman Wawancara

No	Narasumber	Pertanyaan
1.	<i>Member Affiliate</i> Shopee yang Melakukan Pemasaran melalui Media Sosial Instagram.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa latar belakang bergabung dalam program shopee <i>affiliate</i>? 2. Kapan dan sudah berapa lama bergabung menjadi <i>member shopee affiliate program</i>? 3. Apa tujuan dari pemasaran shopee <i>affiliate</i> melalui media sosial instagram? 4. Bagaimana strategi pemasaran shopee <i>affiliate</i> melalui media sosial instagram? 5. Bagaimana peran media sosial instagram dalam proses pemasaran shopee <i>affiliate</i>? 6. Bagaimana optimalisasi media sosial instagram dalam proses pemasaran program shopee <i>affiliate</i>? 7. Adakah hambatan-hambatan yang dialami selama melakukan pemasaran shopee

⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), 132.

		<i>affiliate</i> melalui media sosial instagram?
2.	Konsumen yang Melakukan Pembelian Produk Shopee <i>Affiliate</i> melalui Media Sosial Instagram.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang membuat konsumen yakin dalam melakukan pembelian melalui tautan <i>link shopee affiliate</i>? 2. Seperti apa konten pemasaran yang mempengaruhi ketertarikan konsumen dalam memilih dan melakukan keputusan transaksi atau pembelian produk shopee <i>affiliate</i>? 3. Bagaimana proses transaksi dalam melakukan pembelian melalui <i>link shopee affiliate</i> di instagram? 4. Apa saja kelebihan dalam melakukan pembelian produk shopee melalui tautan <i>link affiliate</i> yang di bagikan di instagram?. 5. Apakah peran <i>member shopee affiliate program</i> sangat membantu dalam proses penentuan dan transaksi pembelian produk di <i>marketplace shopee</i>?

3. Dokumentasi

Dokumentasi berasal dari kata dokumen yang mengandung barang-barang tertulis atau catatan.¹⁰ Maka metode dokumentasi berarti mencari data atau catatan mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan keuangan, buku belanja, agenda, dan sebagainya yang berkaitan dengan penelitian yaitu strategi pemasaran shopee *affiliate* melalui media sosial instagram.

F. Pengujian Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data kualitatif , penelitian dapat dilakukan melalui strategi tertentu, seperti strategi triangulasi.

¹⁰ Sutrisno Hadi, *Statistik II*, (Yogyakarta: UGM Press, 1986), 131.

Triangulation yaitu teknik menggunakan multi investigasi, multi sumber data, atau multi metode untuk mengkonfirmasi temuan data dan informasi yang muncul.¹¹

Penelitian ini dalam kaitannya, peneliti menyimpulkan menggunakan data teknik dalam pengumpulan data untuk menjamin keabsahan data penelitian. Berdasarsakan uraian yang telah dijelaskan di atas, maka penulis menggunakan teknik analisis data sebagai berikut:

1. *Triangulation*

Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah melalui sumber lainnya. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda melalui metode kualitatif.

Hal ini dapat dicapai oleh peneliti melalui beberapa cara yaitu ; (1) membandingkan data hasil pengamatan atau observasi dengan data wawancara, (2) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi, (3) membandingkan apa yang dikatakan orang-orang atau masyarakat tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu, (4) membandingkan keadaan atau kondisi dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat seperti orang rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, dan orang pemerintah, dan (5) membandingkan wawancara atau *interview* dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Penelitian ini peneliti menggunakan metode triangulasi di mana metode ini digunakan untuk memperoleh informasi sekaligus data dengan cara pengumpulan data yang berbeda-beda dari beberapa informan namun tetap mendapatkan data dari sumber yang paham dan mengerti permasalahan yang sama. Teknik triangulasi merupakan pemeriksaan kembali data, pada penelitian ini peneliti menggunakan tiga cara metode triangulasi, yaitu:¹²

¹¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002), 1.

¹² Helaludin Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif*, 2019, <http://books.google.co.id/books?id=if7DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=pengujian>

- a. Triangulasi sumber data
Triangulasi sumber yaitu peneliti harus mencari lebih dari satu sumber untuk memahami data atau informasi. Sumber data yang dimaksud yaitu member shopee *affiliate* dan konsumen produk shopee *affiliate*.
- b. Triangulasi metode atau teknik
Triangulasi metode atau teknik yaitu menggunakan lebih dari satu metode untuk melakukan cek dan ricek. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data dengan cara observasi dan melakukan wawancara secara mendalam dengan para informan yang menjadi subjek penelitian yaitu *member* dan konsumen shopee *affiliate*. Serta mendokumentasikan sumber data yang telah didapat. Peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain untuk memastikan data mana yang dianggap benar.
- c. Triangulasi waktu
Triangulasi waktu merupakan pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara. Pengujian kredibilitas data dapat dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu dan situasi yang berbeda dengan para informan atau narasumber untuk menghasilkan data.¹³
Peneliti dalam penelitiannya menggunakan metode pengumpulan data tersebut bukan hanya untuk memperkuat data yang diperoleh, namun juga menyesuaikan dengan materi serta realita lapangan yang terjadi. Karena selama pelaksanaan serta kegiatan promosi berlangsung tidak memungkiri terjadinya berbagai hambatan dalam proses pemasaran, maka dengan adanya pengumpulan data, informasi, dan hal lainnya yang berkaitan penelitian dari beberapa sumber dan informan, data-data tersebut kemudian akan dianalisis dan disimpulkan kembali untuk kemudian menghasilkan data yang terinci.

G. Teknik Analisis Data

Setelah berbagai data yang diperlukan terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data. Analisis data merupakan suatu

[+keabsahan+data+kualitatif&hl=id&sa=X7ved=2ahUKewjb_Lan77H0AhVVibcAHSeOC_V0QuwV6BAgCEAg#v=onepage&q=pengujian+keabsahan+data+kualitatif+false](#)

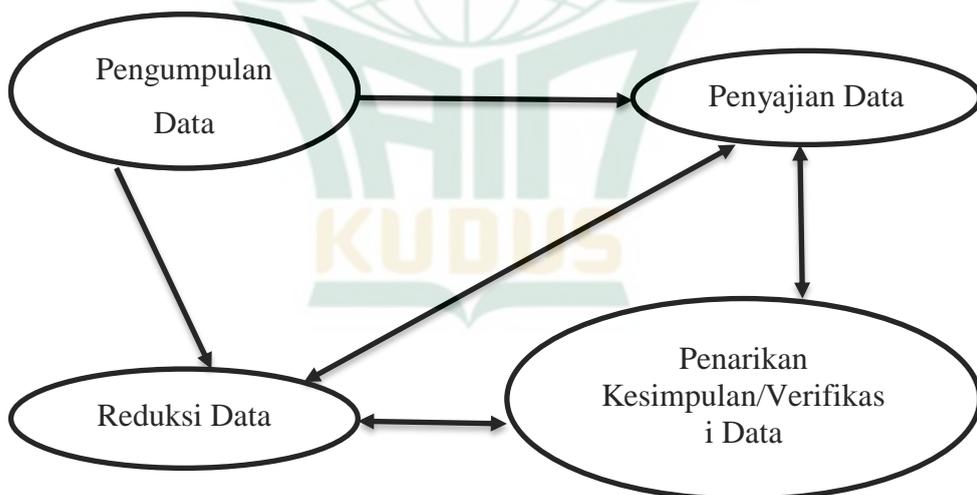
¹³ Sugoyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta Bandung, 2016), 274.

proses sistematis pencarian dan pengaturan yang memuat sumber dari hasil transkrip wawancara, observasi, catatan lapangan, dokumen, foto, dan material lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang data yang telah dikumpulkan, sehingga memungkinkan penemuan penelitian dapat disajikan dan di informasikan kepada orang lain.¹⁴

Dimulai dari wawancara, observasi, mengklasifikasi, mereduksi, selanjutnya aktivitas penyajian data serta menyimpulkan data. Berbagai data dan informasi yang telah diperoleh kemudian akan di klasifikasikan sehingga akan mempermudah menemukan uraian hipotesis sesuai dengan arahan data yang didapatkan. Analisis data akan memunculkan banyak pengembangan dari teori praktik di lapangan, yang kemudian akan memunculkan penemuan-penemuan baru sebagai bahan analisis ulang yang kemudian akan dilakukan penarikan kesimpulan.¹⁵

Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah teknis analisis data lapangan menurut Miles dan Huberman, adapun model interaktif yang dimaksud sebagai berikut:¹⁶

Gambar 3.1 Teknik Analisis Data



¹⁴ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017), 400-401.

¹⁵ Salim dan Syahrin, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Citapustaka Media, 2012), 142-146.

¹⁶ Miles, Hubermani, dan Saldana, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: UI-Press, 2014). 14.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menekankan menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga dapat ditarik kesimpulan.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan sebuah pengorganisasian, penyatuan dan informasi yang dikumpulkan jadi satu dengan maksud dan tujuan untuk membantu memahami kompleks penelitian yang menggunakan analisis mendalam.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (*conclusions drawing*)

Penarikan kesimpulan diawali dengan pengumpulan data penelitian seperti mencari pemahaman yang tidak memiliki pola, mencatat keteraturan penjelasan, dan alur sebab akibat yang pada akhirnya nanti bisa diambil kesimpulan dari keseluruhan data yang diperoleh.¹⁷ Verifikasi dilakukan dengan tujuan untuk menyesuaikan kebenaran data yang diperoleh dengan hasil yang diperoleh berupa kesimpulan data.

14. ¹⁷ Saldana, dkk., *Qualitative Data Analysis*, (Amerika: SAG Publish, 2014), 13-