

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan yang diambil studi berikut ialah metode kuantitatif. Tujuannya adalah guna mengevaluasi dampak strategi *Digital marketing*, inovasi, serta kualitas produk yang berperan dalam pengambilan Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian , sesuai dengan dugaan sementara yang sudah ditetapkan.

3.2 Sifat Penelitian

Penelitian yang telah dilaksanakan memiliki karakteristik hubungan bersifat asosiatif dan menunjukkan bahwa maksud utamanya yakni untuk mendapatkan informasi yang dapat membantu mengkaji keterkaitan dua atau lebih unsur variabel . Studi ini pun memiliki maksud untuk mengidentifikasi pengaruh, peran, dan hubungan kausal antara unsur bebas dan unsur terikat dalam penelitian (Sugiyono, 2021).

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Studi yang dilakukan bertempat di Fore Coffee berlokasi pada gerai Mega Mall Batam Centre, lantai dasar, dengan di Jalan Engku Putri No.1, Teluk Tering, Kecamatan Batam Kota, Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau 29245.

3.3.2 Periode Penelitian

Studi ini dilaksanakan dalam kurun waktu sekitar Maret 2025 hingga Juli 2025, hingga seluruh proses setelah proses penelitian rampung, seluruh data yang diperlukan telah berhasil dikumpulkan secara memadai.

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

No	Keterangan	Mar 2025				Apr 2025				May 2025				Jun 2025				Jul 2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																				
2	Tinjauan Pustaka																				
3	Metode Penelitian																				
4	Pegumpulan Data																				
5	Analisis Data																				
6	Penyusunan Hasil penelitian																				
7	Simpulan dan Saran																				

Sumber : Peneliti 2025

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan pihak yang terdiri dari semua kemungkinan unsur, baik itu fenomena, individu, benda, kejadian, maupun hal-hal lain yang menunjukkan ciri khas spesifik dan memiliki keterkaitan langsung dengan topik penelitian. Populasi mencakup semua elemen yang menjadi sasaran pengamatan atau pengukuran oleh peneliti karena memiliki keterkaitan langsung dengan objek yang sedang diteliti. Dengan kata lain, populasi menjadi dasar utama dalam proses pengambilan data untuk memperoleh informasi yang dapat digeneralisasikan (Sujarweni, 2015).

Populasi dalam studi ini terdiri dari individu yang pernah membeli produk Fore Coffee pada gerai yang berlokasi di Mega Mall Kota Batam dan termasuk dalam rentang usia produktif sesuai dengan target pasar, yaitu 15 hingga 34 tahun.

Tabel 3. 2 Proyeksi jumlah penduduk Kota Batam yang dikelompokkan menurut klasifikasi umur dan identitas gender

No	Kelompok Umur	Jumlah Penduduk (Ribuan Jiwa)
1	15–19 tahun	99,19
2	20–24 tahun	101,51
3	25–29 tahun	112,93
4	30–34 tahun	113,70
	Total	427,33

Sumber : BPS Kota Batam (2024)

Untuk mendukung kejelasan populasi, digunakan data penduduk Kota Batam berdasarkan kelompok usia produktif yang relevan. Berdasarkan proyeksi Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Batam tahun 2024, jumlah penduduk usia 15–34 tahun mencapai sekitar 427,33 jiwa. Data ini menjadi dasar Menentukan ukuran sampel yang akan diterapkan pada studi ini.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel diartikan sebagai beberapa individu berasal dari kelompok populasi yang diambil untuk mencerminkan keseluruhan populasi dalam suatu studi dengan mengikuti prosedur tertentu Sebagai representasi dari populasi berdasarkan keseluruhan (Nurdin & Hartati, 2019). Responden yang dijadikan sampel dalam studi ini akan menggunakan konsumen fore coffee di kota batam yang berumur 15 hingga 34 tahun ditentukan menggunakan metode perhitungan sampel.

Dalam Untuk menetapkan ukuran sampel yang dibutuhkan, peneliti mengandalkan suatu rumus perhitungan. dari Isaac & Michael sebagai dasar perhitungan, sebagaimana dijabarkan pada penjelasan berikut :

Rumus 3. 1 Rumus Isaac & Michael

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + (\lambda^2 \cdot P \cdot Q)}$$

Sumber : (Isaac & Michael, 1995)

Dimana :

S = Jumlah sampel

λ^2 = Chi kuadrat dengan derajat kebebasan (dk) = 1, pada tingkat signifikansi 1%, 5%, dan 10%, di mana untuk taraf 5% nilai kritisnya adalah 3,841.

N = Jumlah populasi

d = Nilai bias yang berbeda sebesar 0,05

p = Tingkat peluang keberhasilan 0,5

Q = Tingkat peluang kesalahan 0,5

Perhitungan :

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + (\lambda^2 \cdot P \cdot Q)}$$

$$S = \frac{3,841 \cdot 427,330 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,05^2 \cdot (427,330 - 1) + 3,841 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$S = \frac{410,343,632.5}{1.069,28275}$$

$$S = 383,8$$

Hasil perhitungan menggunakan rumus Isaac dan Michael menunjukkan jumlah sampel sebesar 383,8, yang kemudian ditetapkan sebesar 384 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Penelitian ini akan menggunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas dengan pendekatan *purposive sampling*, yakni teknik penentuan

sample yang diterapkan secara sadar dan selektif. Pemilihan responden didasarkan pada kriteria tertentu yang dianggap sesuai serta mendukung pencapaian tujuan penelitian.berdasarkan kriteria tertentu yang diperlukan. Kriteria untuk sampel ini adalah :

1. konsumen yang telah membeli Fore Coffee di cabang Mega Mall Kota Batam.
2. Berusia 15-34 tahun, agar mampu memberikan penilaian secara sadar dan mandiri.
3. Bertempat tinggal di wilayah Kota Batam.

3.5 Sumber Data

1. Data Primer : Pada studi ini kuesioner digunakan sebagai alat utama dalam memperoleh data primer dari individu yang menjadi sasaran penelitian yang memiliki pengalaman dalam melakukan pembelian Fore Coffee di cabang Mega Mall Kota Batam.
2. Data Sekunder : Untuk data sekunder, kami melakukan pengumpulan melalui studi literatur, dengan merujuk pada berbagai sumber seperti jurnal ilmiah dan buku sebagai referensi.

3.6 Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data dalam studi ini dilakukan dengan mengandalkan data primer yang didapatkan lewat distribusi kuesioner secara daring dengan menggunakan media Google Form. Pemilihan metode ini dianggap efektif

dan efisien karena mampu menjangkau responden secara luas tanpa dibatasi oleh lokasi geografis. Selain itu, penggunaan Google Form juga mempermudah proses pengolahan data karena hasilnya dapat langsung direkap secara otomatis dalam bentuk spreadsheet.

Dalam proses penilaian atau pemberian skor terhadap jawaban responden, penelitian ini menerapkan skala Likert, yang memungkinkan pengukuran derajat penerimaan atau penolakan responden terhadap pernyataan yang disusun dalam instrumen penelitian. Skala tersebut digunakan untuk menangkap persepsi, sikap, maupun opini responden terhadap variabel yang diteliti secara lebih terstruktur dan kuantitatif. Dengan begitu, data yang telah dihimpun memungkinkan untuk dianalisis secara sistematis untuk mendukung temuan penelitian.

Tabel 3. 3 Skala Likert

No	Kategori	Singkatan	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : Data Peneliti (2025)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, komponen yang diteliti dijelaskan untuk Menawarkan wawasan yang lebih komprehensif terkait hubungan yang dianalisis antar variabel :

1. Variabel independen ialah variabel yang memberikan pengaruh atau berfungsi sebagai faktor penjelas untuk variabel lainnya (Nurdin & Hartati,

2019). Dalam konteks penelitian ini, variabel independen terdiri dari *Digital marketing* (X1), Inovasi (X2), dan Kualitas Produk (X3).

2. Sementara itu, Variabel dependen merupakan unsur yang nilainya tergantung pada perubahan variabel lain dan tidak memiliki peran dalam memengaruhi variabel lain dalam analisis (Nurdin & Hartati, 2019). Penelitian ini memfokuskan variabel dependennya pada Keputusan Pembelian .

Tabel 3. 4 Tabel Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Pengukuran
<i>Digital marketing</i> (X1)	1. Aksesibilitas 2. Interaktifitas 3. Hiburan 4. Kepercayaan 5. Informatif	Skala Likert
Inovasi (X2)	1. Kualitas Produk 2. Varian Produk 3. Gaya dan Desain Produk	Skala Likert
Kualitas Produk (X3)	1. Kinerja 2. Daya tahan 3. Fitur 4. Keandalan 5. Estetika 6. Kesan kualitas	Skala Likert
Keputusan Pembelian (Y)	1. Konsistensi Produk 2. Kebiasaan Berbelanja	Skala Likert

	3. Saran Dari Orang Lain	
	4. Pembelian Ulang	

Sumber : Olahan Data Peneliti (2025)

3.8 Metode Analisis Data

Studi ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dan dianalisis melalui perangkat lunak SPSS 30, Ditujukan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan pada tahap awal penelitian serta menilai besarnya dampak yang diberikan oleh variabel independen terhadap perubahan pada variabel dependen.

3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ialah metode analisis statistik yang digunakan guna menjelaskan serta menjabarkan ciri-ciri dari suatu data. Pendekatan ini menyajikan informasi secara ringkas dan jelas mengenai data yang diteliti dan ringkas mengenai data yang dikumpulkan, seperti ukuran pusat (mean, median, modus), ukuran penyebaran (rentang, varians, deviasi standar), serta distribusi frekuensi.

Menurut (Dekanawati et al., 2023), Analisis deskriptif ialah metode statistik dengan maksud untuk menyajikan data sesuai dengan kondisi sebenarnya, tanpa melakukan generalisasi atau menarik kesimpulan yang dapat diterapkan secara luas. Metode ini berguna untuk menggambarkan karakteristik data yang diperoleh, sehingga memudahkan peneliti dalam memahami pola, tren, atau kecenderungan yang terjadi.

Rumus 3. 2 Rentang Skala

$$RS = \frac{n (m - 1)}{m}$$

Sumber : (Sinaga & Evyanto, 2023)

Keterangan :

n = Jumlah sampel

m = Total alternatif tanggapan setiap point

RS = Rentang skala

Guna merumuskan rentang skala, langkah awal yang dilakukan adalah menetapkan nilai skor terendah dan tertinggi yang digunakan dalam analisis. Pada analisis ini, responden yang digunakan adalah sebanyak 384 orang, dengan opsi jawaban yang terdiri dari 5 tingkat skala penilaian.

Berdasarkan hal tersebut, rentang skala untuk setiap bobot dapat dihitung sebagai berikut:

$$RS = \frac{384(5 - 1)}{5}$$

$$RS = \frac{384(4)}{5}$$

$$RS = 307,2$$

Hasil perhitungan berdasarkan rumus rentang skala adalah 307,2, yang dijadikan sebagai nilai acuan Untuk mengevaluasi rentang skala pada setiap opsi Respon pandangan atau tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Dibawah ini telah disusun tabel khusus yang memuat rincian kategori penilaiannya :

Tabel 3. 5 Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kriteria
1	384 – 690	Sangat Tidak Setuju
2	691 – 997	Tidak Setuju
3	998 – 1304	Netral
4	1305 – 1611	Setuju
5	1612 – 1920	Sangat Setuju

Sumber : Data Hasil Penelitian (2025)

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Berdasarkan pendapat (Suryabrata, 2003), Pengujian validitas ditujukan untuk menegaskan bahwa instrumen kuesioner yang dipakai secara efektif dalam menilai hal yang memang ditujukan untuk diukur secara akurat serta sah. (Dekanawati et al., 2023), menjelaskan bahwa validitas berkaitan dengan sejauh mana skor yang diperoleh mencerminkan hasil dari proses pengukuran atau observasi yang dimaksud. Dalam penerapannya, validitas umumnya Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji signifikansi terhadap koefisien korelasi pada

taraf signifikansi 0,05. Dengan kata lain, Sebuah item pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki hubungan yang signifikan secara statistik dengan total skor variabel yang diukur.

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Berdasarkan penjelasan dari ((Sumadi et al., 2023), reliabilitas merujuk pada Tingkat kemampuan alat ukur untuk mampu menghasilkan data yang stabil saat dimanfaatkan dalam menilai fenomena serupa. Tujuan dari Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti secara konsisten melakukan pengumpulan informasi yang relevan terhadap variabel yang menjadi fokus penelitian. Suatu kuesioner dianggap reliabel apabila menghasilkan data yang serupa dalam pengukuran yang dilakukan berulang kali. Selanjutnya, (Dekanawati et al., 2023), menjelaskan bahwa suatu instrumen disebut reliabel atau dapat diandalkan apabila mampu menghasilkan output yang konsisten setiap kali proses pengukuran diulang dalam kondisi serupa.

Terdapat dua metode utama untuk mengevaluasi reliabilitas, yaitu Pengukuran Ulang (Repeated Measure), di mana responden ditanya dengan pertanyaan yang sama beberapa kali untuk menilai konsistensi jawabannya, dan Pengukuran Sekali (One Shot), yang dilakukan dengan membandingkan hasil pengukuran Tingkat reliabilitas dapat diukur dengan membandingkan konsistensi jawaban antar pertanyaan yang serupa. Untuk menguji hal ini, digunakan perhitungan nilai Cronbach's Alpha. Apabila nilai alpha (α) yang diperoleh bersifat

positif dan Instrumen dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya apabila nilai reliabilitasnya melampaui batas minimum sebesar 0,60.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Pengujian normalitas bersifat sebagai tahapan melalui pendekatan statistik yang bertujuan mengevaluasi apakah hasil temuan yang diperoleh terdistribusi mengikuti pola distribusi normal. Langkah ini sangat krusial karena sejumlah metode analisis statistik tertentu, termasuk regresi dan uji-t, hanya dapat diterapkan pada data yang berdistribusi normal. Apabila syarat ini tidak terpenuhi, maka interpretasi hasil analisis dapat menjadi keliru atau tidak dapat diandalkan. Untuk menguji normalitas, beberapa pendekatan yang umum diterapkan meliputi uji (Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk) serta menggunakan histogram dan (Q-Q plot). (Ghasemi & Zahediasl, 2012)

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Berdasarkan Katubi dalam jurnal yang ditulis oleh (Ayaumi & Komariah, 2021), pengujian terhadap gejala multikolinearitas termasuk ke dalam salah satu pendekatan dalam analisis untuk menelaah keberadaan korelasi linier antar variabel independen dalam kerangka regresi. Pengujian ini dilakukan guna memastikan bahwa antar variabel independen tidak mengalami hubungan yang terlalu erat. Jika koefisien korelasi antara variabel-variabel bebas memperlihatkan nilai kurang dari

angka 10, Hal ini mengindikasikan bahwa multikolinearitas tidak ditemukan dalam model. Idealnya, model yang baik harus terbebas dari permasalahan tersebut.

Guna menilai kondisi ini, indikator yang sering dijadikan acuan adalah *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila angka Nilai VIF yang kurang dari 10 serta toleransi di atas 0,1 menjadi indikator bahwa model regresi terbebas dari masalah multikolinearitas.

3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Prosedur pengujian heteroskedastisitas bertujuan mendeteksi adanya ketidaksamaan varian error dalam model regresi, yang dapat mengganggu akurasi estimasi parameter. Salah satu metode yang digunakan adalah Uji Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika nilai signifikansi dari variabel independen $< 0,05$, maka terdapat indikasi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

Ketentuan yang digunakan dalam menentukan hasil pengujian dirangkum dalam uraian berikut:

1. Ketika $p\text{-value} \geq 0,05$, maka H_0 diterima, yang menandakan jika memang tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas.
2. Sebaliknya, jika $p\text{-value} \leq 0,05$, maka H_0 ditolak, yang berarti model mengalami permasalahan heteroskedastisitas.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis terhadap hubungan linier termasuk dalam pendekatan kuantitatif yang dimaksud guna mengevaluasi keterkaitan di antara satu faktor tak bergantung terhadap satu atau lebih faktor bebas. Teknik pendekatan ini menghasilkan sebuah model bersifat linier yang dirancang bertujuan untuk memperkirakan angka dari faktor tak bebas yang diprediksi dari nilai faktor bebas (Ghozali, 2018).

Di sisi lain, model regresi linier ganda adalah metode pendekatan yang dipakai guna mengidentifikasi tingkat pengaruh dari dua atau lebih faktor kepada satu faktor terikat (Ghozali, 2018) . Secara umum, bentuk dasar dari model regresi linier berganda disusun dalam persamaan tersaji dalam uraian berikut:

Rumus 3. 3 Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Sumber : (Silaban, 2020)

Y = Keputusan Pembelian

a = Nilai Konstanta

b_{123} = Nilai Koefisien Regresi

X_1 = *Digital marketing*

X_2 = Inovasi

X_3 = Kualitas Produk

e = Error

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Besaran Koefisien Determinasi (R^2) menurut pendapat (Ghozali, 2018) memiliki peran penting dalam menilai tingkat kemampuan suatu persamaan regresi dalam menggambarkan keragaman yang terjadi terhadap variabel tak bebas. R^2 memiliki nilai antara 0 sampai 1. Seiring dengan penurunan nilainya menandakan bahwa kontribusi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen tergolong rendah. Sebaliknya, apabila R^2 mendekati angka 1, maka hal ini menunjukkan sebagian besar variasi pada variabel tak bebas bisa dijelaskan melalui variabel-variabel bebas dalam kerangka model.

Meskipun demikian, koefisien ini memiliki keterbatasan, terutama bila model melibatkan terlalu banyak variabel bebas, yang dapat menyebabkan terjadinya bias. Dengan demikian, dalam studi ini yang memanfaatkan sejumlah faktor bebas, pendekatan yang lebih sesuai untuk digunakan adalah Adjusted R^2 , karena mampu memberikan ukuran yang lebih tepat terhadap kemampuan model dalam menjelaskan faktor tidak bebas.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (Uji T)

Pengujian t (t-test) merupakan metode dalam analisis kuantitatif yang bertujuan untuk menilai pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Tujuan pokok dari pengujian ini adalah menilai apakah tiap-tiap faktor bebas secara individu memberi kontribusi yang berarti terhadap faktor yang dipengaruhi.

Keputusan dalam pengujian ini didasarkan pada nilai signifikansi (sig.). Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang menandakan bahwa variabel independen tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen dari sudut pandang statistik (Sahir, 2021).

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan pendapat Sahir (2022: 53), pengujian F dimanfaatkan guna mengetahui dampak gabungan dari seluruh variabel independen terhadap dependen secara bersamaan. Dalam proses pengujian ini, hipotesis disusun guna memberikan dasar dalam menarik kesimpulan statistik, yang secara umum dirumuskan sebagai berikut :

1. H_0 : Semua variabel bebas, ketika dianalisis secara simultan, tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel yang dipengaruhi.
2. H_1 : Semua variabel bebas, apabila diuji secara bersama-sama, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent*.

Dasar penentuan keputusan dalam Uji F mengacu pada nilai signifikansi (Sig.) yang dihasilkan, dengan pedoman sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, Kondisi ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.
2. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi melebihi angka 0,05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, Hal ini menandakan bahwa secara simultan, variabel-variabel independen tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen.