

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode dengan pendekatan kuantitatif sebagai strategi utama dalam pelaksanaannya (Sallis et al, 2017, p. 94) . Pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang berfokus pada data berbentuk angka, mencakup proses pengumpulan, analisis, hingga penyajian hasil data secara sistematis dalam kegiatan penelitian (Veronica et al, 2022, p. 6).

3.2 Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian asosiatif (*Causal-Comparative atau Explanatory*), karena bertujuan untuk menguji keterkaitan serta pengaruh sejumlah variabel independen, yakni digital marketing, kualitas produk, dan minat beli, terhadap variabel dependen berupa keputusan pembelian.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Peneliti

Lokasi penelitian yang menjadi fokus studi ini adalah Kota Batam, yang terletak di wilayah Kepulauan Riau, dengan kode pos 29444. Peneliti melakukan riset kepada pengguna HP Samsung di Kota Batam, Kepulauan Riau 29444.

3.3.2 Periode Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan selama kurun waktu kurang lebih lima bulan, dimulai pada Maret dan berakhir pada Juli 2025.

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

No	Keterangan	2025				
		Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Usulan Topik Penelitian					
2	Kajian Literatur					
3	Proses Pengambilan Data					
4	Proses Pengolahan Informasi					
5	Penelaahan dan Diskusi					
6	Kesimpulan dan Saran					

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sebuah populasi mencakup semua elemen atau unit individu yang menjadi fokus penelitian (Sallis et al, 2017, p. 94). Populasi memiliki peran krusial dalam membantu peneliti memperoleh hasil yang akurat. Populasi merupakan sekumpulan objek atau subjek dalam suatu

area yang memiliki karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti, dan dari populasi tersebut diambil kesimpulan penelitian (Meilani & Wangdra, 2024) . Dalam studi ini, populasi yang digunakan adalah konsumen yang berada di kota Batam.

3.4.2 Sampel

Metode lain yang dapat digunakan adalah pengumpulan data melalui sampel, yaitu dengan mempelajari sebagian kecil dari keseluruhan populasi (Sallis et al, 2017, p. 94). Sampel biasanya dipilih agar mencerminkan karakteristik populasi secara representatif, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan ke kelompok yang lebih luas. Sampel sendiri merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri tertentu. Dengan kata lain, sampel adalah sekumpulan individu yang diambil dari populasi menggunakan prosedur tertentu agar mampu mewakili populasi secara keseluruhan. Penggunaan sampel menjadi penting karena populasi yang besar tidak memungkinkan peneliti untuk meneliti seluruhnya secara langsung. Selain itu, keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya juga menjadi alasan utama dalam pemilihan sampel (Meilani & Wangdra, 2024).

3.4.3 Teknik Sampling

Sampling adalah metode yang digunakan untuk memilih sampel dari suatu populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampling jenuh, yaitu pendekatan di mana seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Pendekatan ini juga dikenal dengan istilah sensus, karena tidak ada satu pun anggota populasi yang dikecualikan. Sampling jenuh sering dianggap sebagai bentuk pengambilan sampel maksimum, namun pemahaman ini tidak berubah meskipun terdapat tambahan elemen dalam populasi (Sugiyono, 2024, p. 156).

3.5 Sumber Data

Data penelitian ini dikumpulkan melalui pengisian kuesioner yang disebarakan kepada seluruh konsumen di wilayah Batam. Selain itu, data juga diperoleh dari studi pustaka, di mana setelah topik penelitian ditentukan, peneliti melakukan kajian teoritis dan menelaah berbagai literatur yang relevan dengan tema penelitian. Kajian pustaka ini meliputi juga analisis sejumlah artikel yang mendukung pemahaman dan pengembangan analisis dalam penelitian.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Skala Likert digunakan untuk menilai tingkat persetujuan responden terhadap suatu pernyataan tertentu, dengan menggunakan skala lima tingkat yang memiliki rentang sebagai (Bougie & Sekaran, 2019, p. 215):

Tabel 3. 2 Penilaian Skor Jawaban Berdasarkan Skala Likert

Likert Scale	Code	Score
Strongly Agree	SA	5
Agree	A	4
Neither Agree	NA	3
Disagree	D	2
Strongly Disagree	SD	1

Sumber: (Bougie & Sekaran, 2019, p. 215)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan kumpulan atribut yang secara logis melekat pada objek studi yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, variabel dibedakan menjadi dua kategori, yakni variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).

3.7.1 Variabel Operasional

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk (X1), digital marketing (X2), dan minat beli (X3).

Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel Bebas

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Kualitas Produk	Kualitas produk terkait erat dengan kepuasan pelanggan, yang memainkan peran penting dalam keberhasilan proses pemasaran. Hal ini merupakan aspek utama yang membutuhkan perhatian terfokus untuk memastikan terciptanya produk bernilai tinggi yang memenuhi atau melampaui harapan konsumen	1. Kinerja 2. Fitur 3. Keandalan 4. Kesesuaian Standar 5. Daya Tahan 6. Kemudahan Perbaikan 7. Estetika 8. Persepsi Kualitas (Chasanah & Saino, 2022).	Likert

		(Chasanah & Saino, 2022).		
2.	Digital Marketing	Pemasaran konten digital melibatkan penggunaan platform digital dan konten yang menarik sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk menjangkau audiens target secara efektif dan efisien tanpa batasan waktu (Chasanah & Saino, 2022).	1. Accessibility 2. Interactivity 3. Entertainment 4. Credibility 5. Irritation, 6. Informativeness	Likert
3.	Minat Beli	Minat beli merupakan kecenderungan seseorang untuk memiliki suatu produk yang	1. Transaksional 2. Referensial 3. Preferensial 4. Eksploratif (Chasanah & Saino, 2022).	Likert

		dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mendorong munculnya ketertarikan sebelum mengambil keputusan pembelian (Chasanah & Saino, 2022).		
--	--	--	--	--

3.7.2 Variabel Terikat

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Tabel 3. 4 Definisi Operasional Variabel Terikat

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian adalah proses yang terjadi setelah seseorang mengevaluasi barang atau jasa dari berbagai	1. Attention 2. Interest 3. Desire 4. Action 5. Satisfaction (Chasanah & Saino, 2022).	Likert

		pilihan yang tersedia untuk menentukan keputusan membeli (Chasanah & Saino, 2022).		
--	--	--	--	--

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Deskriptif

Dalam bidang pengolahan data, analisis deskriptif merupakan suatu metode yang berupaya mengkarakterisasikan data sesuai dengan kondisi faktual, tanpa berupaya membuat kesimpulan yang luas atau generalisasi (Permatasari & Maryana, 2021, p. 65).

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Validitas mengacu pada sejauh mana suatu alat ukur mampu merepresentasikan dengan tepat konsep yang ingin diukur (Sallis et al, 2017, p. 32) . Bukti validitas instrumen dapat diperoleh melalui uji dua arah (two-tailed test) dengan tingkat signifikansi 0,05. Perhitungan validitas ini dilakukan menggunakan rumus khusus sesuai metode yang ditetapkan (Malawi' & Maruti, 2016, p. 27).

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{(\sqrt{N \sum x^2 - (\sum x)^2})(\sqrt{N \sum y^2 - (\sum y)^2})}$$

Rumus 1 Pearson Product Moment

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

x = Skor total dari X

y = Skor total dari Y

n = Jumlah banyaknya subjek

Penentuan apakah suatu data dinyatakan valid atau tidak dalam uji validitas didasarkan pada kriteria berikut:

1. Jika nilai r hitung melebihi nilai r tabel pada tingkat signifikansi 0,05, maka pernyataan tersebut dapat dikategorikan sebagai valid.
2. Sebaliknya, apabila nilai r hitung berada di bawah nilai r tabel pada signifikansi 0,05, maka pernyataan tersebut dianggap tidak valid.

3.8.2.2 Uji Realibilitas

Keandalan mengacu pada stabilitas atau konsistensi pengukuran dari waktu ke waktu. Selain itu, dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan adalah kesalahan acak dan kesalahan sistematis. Kesalahan acak terjadi tanpa sebab atau pola tertentu dan biasanya hilang ketika pengukuran diulang (Sallis et al, 2017, p. 32).

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1 Uji Normalitas

Seperti telah disebutkan sebelumnya, salah satu cara untuk mengidentifikasi masalah spesifikasi model adalah dengan mengamati residual regresi. Jika asumsi normalitas ini dilanggar, maka statistik inferensial dalam model regresi (seperti nilai t , nilai F , dan sebagainya) menjadi

tidak valid. Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan uji normalitas terhadap residual.(Asteriou & Hall, 2021, p. 197).

Untuk mengevaluasi normalitas nilai residual, terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan, antara lain:

1. Melalui analisis grafik: apabila pola grafik menyerupai kurva lonceng (bell-shaped), maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal. Selain itu, jika titik-titik pada normal probability plot berada dekat dengan garis diagonal, hal tersebut juga menunjukkan bahwa data bersifat normal.
2. Menggunakan uji statistik: normalitas data juga dapat diuji secara statistik dengan metode non-parametrik Kolmogorov-Smirnov.

Dalam pengambilan keputusan, probabilitas menjadi acuan dengan ketentuan:

1. Jika nilai probabilitas $\geq 0,05$, maka data dianggap berdistribusi normal.
2. Jika nilai probabilitas $\leq 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.

Secara umum, data dalam suatu model dianggap layak untuk analisis statistik jika telah memenuhi asumsi normalitas.

3.8.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas berarti 'penyebaran yang tidak merata'. Dalam ekonometrika, ukuran yang umum digunakan untuk menggambarkan penyebaran adalah varians, sehingga heteroskedastisitas berkaitan dengan varians yang tidak sama antar pengamatan (Asteriou & Hall, 2021, p. 120)

3.8.3.3 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi akibat adanya korelasi antar variabel penjelas. Oleh karena itu, cara yang paling logis untuk mengidentifikasi masalah multikolinearitas adalah dengan melihat koefisien korelasi antara variabel-variabel tersebut. Dalam kasus di mana persamaan hanya melibatkan dua variabel penjelas, koefisien korelasi sederhana sudah cukup untuk mendeteksi multikolinearitas. Jika nilai koefisien korelasi tersebut tinggi, maka kemungkinan besar akan timbul masalah multikolinearitas (Asteriou & Hall, 2021, p. 109).

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah pendekatan analisis statistik yang digunakan untuk mengukur dan menilai pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen secara bersamaan. Teknik ini berasal dari bidang statistika. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memahami seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, yang juga memungkinkan mereka untuk menentukan hubungan linier yang terdapat di antara variabel-variabel tersebut (Anam et al., 2020, hlm. 126). Secara umum, persamaan regresi linier berganda dapat dinyatakan sebagai berikut (Roy et al, 2020, p. 364):

$$i = 0 + 11i + 22i + 33i + e$$

Penjelasan variabel dalam persamaan regresi adalah sebagai berikut:

Y = Variabel dependen

β_0 = Intersep atau konstanta

β = Koefisien regresi yang menunjukkan pengaruh variabel independen

X = Variabel independen

e = Error standar

3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Diperlukan ukuran lain yang mempertimbangkan jumlah variabel penjelas yang digunakan dalam setiap model. Ukuran ini disebut sebagai R kuadrat yang disesuaikan (dilambangkan dengan R^2), karena telah dikoreksi berdasarkan jumlah variabel regresor atau derajat kebebasan (Asteriou & Hall, 2021, p. 72).

3.8.5 Uji Hipotesis

3.8.5.1 Uji T (Uji Parsial)

Uji-t digunakan untuk menentukan tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen dalam suatu model penelitian. Dalam pengambilan keputusan berdasarkan hasil uji-t, kriteria berikut dipertimbangkan: (Siwu et al, 2021, p. 423) :

1. Asumsi nullitas (H_0) dibenarkan jika nilai t-hitung atau nilai signifikansi t lebih kecil dari 0,05 atau berada di bawah nilai t tabel.
2. Sebaliknya, jika nilai t-hitung lebih besar dari nilai t tabel atau nilai signifikansi t lebih dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) ditolak.

3.8.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F diterapkan untuk menilai apakah variabel-variabel bebas secara kolektif memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat dalam suatu model penelitian (Siwu et al, 2021, p. 422) . Adapun kriteria pengambilan keputusan berdasarkan hasil uji F adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai F hitung lebih rendah dari nilai F tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima.
2. Sebaliknya, jika nilai F estimasi lebih tinggi dari nilai F tabel, maka hipotesis nol (H_0) ditolak.