BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih, sehingga dapat menjelaskan keterkaitan antar variabel yang diteliti. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2009, hlm. 8).

Pendekatan yang dipilih dalam penelitian ini adalah kuantitatif. pendekatan kuantitatif pada dasarnya digunakan dalam penelitian yang bertujuan menguji hipotesis, di mana pengambilan keputusan didasarkan pada probabilitas penolakan atau penerimaan hipotesis yang diajukan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengukur variabel digital marketing dan kualitas produk sebagai variabel bebas, serta variabel keputusan pembelian konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin sebagai variabel terikat.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sebagai pendekatan utamanya. Metode ini mengandalkan data berupa angka-angka dan menitikberatkan proses penelitian pada pengukuran hasil yang bersifat objektif, serta didukung oleh analisis statistik dalam pengolahannya. Fokus utama dari metode ini adalah mengumpulkan data dari responden, kemudian melakukan generalisasi untuk menjelaskan fenomena tertentu yang dialami oleh populasi yang menjadi subjek penelitian.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada konsumen Tomoro Coffe yang berada di Kota Banjarmasin yang berada di Provinsi Kalimantan Selatan. Pemilihan lokasi didasarkan pada pertimbangan bahwa Tomoro Coffe merupakan salah satu coffe shop yang berkembang dan aktif menggunakan strategi digital marketing. Waktu penelitian dilaksanakan pada periode pengumpulan data yang telah di tentukan peneliti.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan kelompok individu maupun objek yang menjadi sasaran penelitian, di mana mereka memiliki karakteristik atau kriteria tertentu yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Sugiyono (2023) menjelaskan bahwa populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari berbagai item atau subjek yang memiliki atribut serta sifat-sifat tertentu yang sengaja dipilih oleh peneliti untuk dikaji, sehingga dari hasil kajian tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat di Kota Banjarmasin yang mengonsumsi atau setidaknya pernah melakukan pembelian produk Tomoro Coffee minimal satu kali. Karena tidak terdapat data resmi mengenai jumlah keseluruhan populasi yang memenuhi kriteria tersebut. Maka populasi dalam penelitian ini dikategorikan sebagai populasi tidak diketahui.

2. Sampel

Arikunto mendefiniskan sampel sebagai Sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Sampel dipilih agar dapat memberikan gambaran mengenai karakteristik populasi secara keseluruhan (Arikunto, 2019). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 orang. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah orang-orang yang mengonsumsi atau pernah membeli Tomoro Coffee di Banjarmasin minimal satu kali dengan rata-rata usia 15-30 tahun.

D. Teknik Pengambilan Sampel

Untuk menentukan berapa banyak jumlah sampel, maka digunakan rumus Cochran karena jumlah konsumen yang mengkonsumsi atau pernah membeli Tomoro Coffe di wilayah Banjarmasin tidak diketahui jumlahnya secara pasti (populasi). Menurut Sugiyono, teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2023).

Menurut Sugiyono, jika suatu populasi tidak diketahui jumlahnya secara pasti dalam suatu penelitian, maka perhitungan jumlah sampel dapat mengguanakan rumus Cochran, untuk tingkat kesalahan sampel (sampling eror) yang digunakan dalam penentuan sampel ini yaitu 10% (Sugiyono, 2023).

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel yang perlukan

z = Untuk tingkat kepercayaan 95%, maka nilai z 1,96%

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling eror), biasanya 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1{,}96^2 \; x \; (0{,}5)(0{,}5)}{(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416 \; x \; 0{,}25}{0{,}01}$$

$$n = 96{,}04$$

Dalam penelitian ini, batas kesalahan yang dapat ditoleransi adalah 10%, sehingga diperoleh sebanyak 96,04 dan sampel dibulatkan menjadi sebanyak 96 orang. Maka sampel pada penelitian ini adalah sejumlah 96 responden yang akan dilakukan pengujian.

E. Data dan Sumber Data

Data didefinisikan sebagai sekumpulan fakta atau informasi yang dihimpun untuk membantu proses analisis dan pengambilan kesimpulan atas permasalahan penelitian. Adapun data yang digunakan dalam studi ini bersumber langsung dari jawaban responden atas kuesioner yang disebarkan, yang berisi mengenai persepsi

mereka tentang pengaruh digital marketing dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Tomoro Coffee Banjarmasin.

Sumber data ialah responden atau pihak yang memberikan data penelitian. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari sumber pertama yaitu dengan membagikan kuesioner kepada konsumen tomoro coffe yang ada di kota Banjarmasin.

F. Variabel dan Indikator

Dalam sebuah penelitian, variabel bebas (independen) merupakan faktor yang diduga menjadi pemicu atau yang mempengaruhi terjadinya perubahan pada variabel lainnya. Sementara itu, variabel terikat (dependen) adalah variabel yang posisinya dipengaruhi atau menjadi konsekuensi dari keberadaan variabel bebas.

Analisis data merupakan langkah operasional untuk mengolah informasi yang telah terkumpul agar dapat ditafsirkan secara bermakna. Jawaban dari kuesioner diolah dengan menggunakan formula statistik yang sesuai dengan rancangan penelitian. Pada studi ini, pendekatan yang diterapkan adalah analisis kuantitatif melalui model regresi linier berganda, dengan bantuan perangkat lunak SPSS untuk mempermudah perhitungan. Berikut adalah variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Variabel bebas tediri dari Digital Marketing (X1) dan Kualitas Produk (X2).
2. Variabel terikat terdiri dari Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Indikator Variabel

No	Variabel	Indikator	Definisi Operasional	Skala
1.	Keputusan Pembelian (Y)	1. *Product Choice* 2. *Brand Choice* 3. *Purchase Amount* 4. *Purchase Timing* 5. *Dealer Choice* 6. *Payment Methode* *(Kotler & Keller, 2016).*	Keputusan pembelian adalah langkah dalam proses pengambilan keputusan pembeli, khususnya saat konsumen benar-benar membeli produk. Selama langkah ini, konsumen mengindetifikasi masalah, meneliti merek atau produk tertentu, dan menilai kualitas produk sebelum melakukan pembelian, (Gunarsih et al., 2021).	Skala Likert
2.	Digital Marketing (X1)	*1. Promosi* *2. SEO (Search Engine Optimization)* *3. Sosial Media* *4. Publik Relation* *(wiranata I et al., 2021).*	Digital Marketing adalah pemasaran produk atau layanan yang tertarget, terukur, dan interaktif melalui penggunaan teknologi digital, tujuan utama dari pemasaran digital ini yaitu mempromosikan merek sekaligus membentuk preferensi serta meningkatkan jumlah penjualan melalui beberapa teknik pemasaran digital, pemasaran pada umumnya sama saja seperti digital marketing, namun yang membedakan yaitu perangkat yang digunakan (Tools). (Prasetyo et al., 2020).	

3.	Kualitas Produk (X2)	*1. Kesegaran* *2. Tampilan* *3. Rasa* *4. Inovasi* *(Septianingrum & Martini, 2023).*	Kualitas Produk adalah satu faktor untuk menghadapi persaingan bisnis yang dapat ditawarkan kepada konsumen, meskipun Sebagian konsumen menyakini barang mahal memiliki kualitas lebih tinggi, konsumen ingin selalu menerima produk berkualitas tinggi sesuai dengan uang yang mereka keluarkan. (Elliyana et al.,2022)	Skala Likert

Sumber : Data Primer Diolah (2026)

G. Teknik Pengumpulan Data Kuesioner

1. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik mengumpulkan data penelitian yang dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan pada responden mengenai topik yang dibahas. Pada penelitian ini penulis menggunakan skala likert.

Sugiyono menjelaskan skala likert digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena tertentu (Sugiyono, 2023). Ada 5 penilaian pada skala likert yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert

Nilai Skor	Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Ragu-Ragu (RG)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Pada kuesioner skala likert, peneliti menyusun pertanyaan atau pernyataan yang relevan dengan masalah atau topik yang diteliti. Setelah itu, calon responden diminta untuk memberikan tanggapan atau jawaban tingkat persetujuan mereka terhadap pertanyaan atau pernyataan yang terdapat pada kuesioner yang disediakan.

2. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini, studi pustaka dimanfaatkan sebagai salah satu teknik untuk mengumpulkan data. Teknik ini dilakukan dengan cara membaca dan mempelajari secara mendalam berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik yang diangkat, seperti buku-buku referensi, jurnal ilmiah, serta hasil-hasil penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Tujuan dari studi pustaka ini adalah untuk memperoleh landasan teori yang kuat sekaligus menggali informasi-informasi penting yang dapat menunjang jalannya penelitian.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah yang digunakan untuk mengolah data yang telah terkumpul, sehingga data tersebut dapat diinterpretasikan dengan tepat dan bermakna. Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dalam penelitian ini selanjutnya dianalisis dengan menggunakan rumus atau aturan statistik yang disesuaikan dengan pendekatan penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini, data yang terkumpul akan diolah dengan metode analisis kuantitatif melalui model regresi linier berganda. Seluruh proses perhitungan dan pengolahan

data statistik tersebut akan dibantu dengan menggunakan perangkat lunak komputer, yaitu program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*), guna mempermudah dan mempercepat proses analisis serta meminimalisir kesalahan perhitungan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai apakah suatu kuesioner benar-benar sah atau layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Sebuah kuesioner dapat dinyatakan valid apabila butir-butir pertanyaan yang ada di dalamnya mampu mengungkapkan dengan tepat apa yang seharusnya diukur oleh kuesioner tersebut (Sugiyono, 2019, hlm. 177). Dalam penelitian ini, uji validitas dilaksanakan dengan menggunakan analisis item, yaitu dengan mengkorelasikan skor masing-masing butir pernyataan terhadap skor total yang merupakan penjumlahan dari seluruh skor butir. Berdasarkan ketentuan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2019, hlm. 177), yang harus dipenuhi yaitu memiliki kriteria sebagai berikut:

1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka data dikatakan valid.
2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka data dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu kuesioner dapat diandalkan sebagai instrumen penelitian yang menjadi indikator dari variabel atau konstruk yang diteliti. Sebuah kuesioner

dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang ada menunjukkan konsistensi atau kestabilan dari waktu ke waktu, artinya jika diukur berulang kali pada kondisi yang sama akan menghasilkan data yang relatif sama (Sugiyono, 2019, hlm. 188). Pengukuran terhadap reliabilitas yang harus dipenuhi yaitu memiliki kriteria sebagai berikut:

1) Jika koefisien Alpha Cornbach < 0,60, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah reliable.
2) Jika koefisien Alpha Cornbach > 0,60, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah tidak reliabel.

c. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengolah data berdasarkan jawaban atau tanggapan yang diberikan oleh responden melalui kuesioner yang telah disebarkan. Metode ini berfungsi untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul secara sistematis, tanpa bertujuan untuk menarik kesimpulan yang bersifat umum atau melakukan generalisasi terhadap populasi yang lebih luas (Sugiyono, 2019). Dengan kata lain, statistik deskriptif hanya menyajikan gambaran mengenai karakteristik data seperti frekuensi, rata-rata, atau persentase, sehingga peneliti dapat memahami pola atau kecenderungan yang muncul dari tanggapan responden secara lebih jelas.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2021) tujuan dari uji normalitas adalah untuk memastikan apakah variabel residual dalam model regresi memiliki distribusi normal, nilai residual dikatakan mengikuti variabel distribusi normal dalam uji T dan F, jika asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan *One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S),* pengambilan keputusan didasarkan pada ketentuan sebagai berikut :

1) Apabila nilai signifikan > 0,05, maka data berdistribusi normal.
2) Apabila nilai signifikan < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menurut Ghozali bertujuan untuk mendeteksi adanya korelasi atau hubungan yang kuat antar variabel bebas dalam model regresi yang digunakan. Model regresi yang baik adalah model yang tidak menunjukkan adanya korelasi di antara variabel independen, karena hal tersebut dapat mengganggu akurasi interpretasi pengaruh masing-masing variabel terhadap variabel terikat (Ghozali, 2021).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas, dapat dilihat dari dua ukuran, yaitu nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini saling berkaitan, di mana VIF merupakan kebalikan dari nilai toleransi (VIF = 1/Toleransi). Nilai toleransi mengukur seberapa

besar variabilitas dari suatu variabel independen yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Semakin rendah nilai toleransi, maka semakin tinggi nilai VIF, yang mengindikasikan adanya gejala multikolinearitas. Secara umum, batas nilai yang digunakan untuk mendeteksi multikolinearitas adalah jika nilai toleransi kurang dari 0,10 atau nilai VIF lebih besar dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Beberapa kriteria untuk mendeteksi adanya multikolinearitas sebagai berikut :

1) Multikolinearitas dikatakan terjadi jika nilai toleransi <0,10 atau nilai VIF > dari 10.
2) Multikolinearitas dikatakan tidak terjadi nilai toleransi > 0,10 atau nilai VIF < 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual antar satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Apabila varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau sama, maka kondisi ini disebut homokedastisitas. Sebaliknya, jika varian residual tersebut berbeda, maka kondisi tersebut disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang bebas dari gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2021). Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas, dapat dilakukan dengan mengamati grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan nilai residualnya (SRESID), di mana pola sebaran titik-

titik pada grafik tersebut menjadi indikator awal untuk menilai apakah gejala heteroskedastisitas terjadi atau tidak. kriteria dalam pengambilan keputusan sebagai berikut :

1) Heteroskedastisitas dikatakan tejadi apabila ditemukan suatu pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk suatu pola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempil).
2) Heteroskedastisitas dikatakan tidak terjadi, jika tidak adanya pola tertentu, seperti titik-titik yang terdistribusi atau menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linear berganda. Dalam model analisis ini, terdapat dua variabel yang berperan sebagai variabel bebas atau independen, yaitu Digital Marketing (X1) dan Kualitas Produk (X2). Sementara itu, variabel terikat atau dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda yang diformulasikan sebagai berikut:

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

Adapun penjelasan untuk setiap simbol dalam persamaan tersebut adalah:

Y : merupakan variabel terikat, yaitu Keputusan Pembelian.

a : adalah nilai konstanta dalam model regresi.

b_1 : melambangkan koefisien regresi untuk variabel bebas pertama, yakni Digital Marketing (X1).

b_2 : melambangkan koefisien regresi untuk variabel bebas kedua, yakni Kualitas Produk (X2).

X_1 : adalah notasi untuk variabel Digital Marketing.

X_2 : adalah notasi untuk variabel Kualitas Produk.

e : adalah faktor residu atau variabel lain di luar model yang turut mempengaruhi.

4. Uji Hipotesis

Sebuah model regresi jika sudah memenuhi syarat asumsi klasik, maka akan dilanjukan untuk dianalisis melalui pengujian hipotesis yaitu sebagai berikut :

a. Uji F (Uji Simultan)

Pengujian dengan statistik F bertujuan untuk mengevaluasi kelayakan model regresi yang diajukan, khususnya dalam menilai pengaruh gabungan dari seluruh variabel independen (Digital Marketing dan Kualitas Produk) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). Kriteria dalam mengambil kesimpulan pada uji ini adalah sebagai berikut:

1) Apabila probabilitas signifikansi (sig.) kurang dari 0,05 atau nilai F-hitung melampaui nilai F-tabel, maka hipotesis yang diajukan diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel bebas secara bersama-sama memberikan pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat.

2) Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau nilai F-hitung lebih rendah dari F-tabel, maka hipotesis ditolak. Kondisi ini menunjukkan bahwa secara simultan, variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

b. Uji T (Uji Parsial)

Uji statistik t, Pada intinya, uji-t digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh dari masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Pedoman untuk menarik simpulan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

1) Jika tingkat signifikansi (sig.) di bawah 0,05 atau nilai t-hitung lebih besar daripada t-tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat, sehingga hipotesis penelitian diterima.
2) Jika tingkat signifikansi (sig.) di atas 0,05 atau nilai t-hitung lebih kecil daripada t-tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, sehingga hipotesis penelitian ditolak.

c. Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi atau R^2 digunakan untuk mengukur seberapa besar persentase kontribusi yang diberikan oleh seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Nilai ini menunjukkan sejauh mana variasi dari variabel-variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada

variabel dependen. Besaran R^2 berada pada rentang antara 0 hingga 1. Apabila nilai R^2 semakin kecil atau mendekati angka nol, maka dapat diartikan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat semakin lemah, sehingga model yang digunakan dinilai kurang kuat untuk menerangkan pengaruh antar variabel. Sebaliknya, jika nilai R^2 semakin besar atau mendekati angka satu, maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kuat, yang berarti model yang digunakan semakin baik dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel-variabel tersebut. Dalam penelitian ini, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi Digital Marketing dan Kualitas Produk secara simultan dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen Tomoro Coffee.

I. Tahapan Penelitian

1. Tahap Persiapan: Melakukan studi literatur, penyusunan proposal, dan penyusunan instumen penelitian.
2. Tahap Pelaksanaan Lapangan: Melakukan pengumpulan data primer dengan menyebarkan kuesioner.
3. Tahap Analisis Data: Mengolah seluruh data yang telah terkumpul teknik yang telah ditetapkan.
4. Tahap Penyusunan Laporan : Menyusun hasil penelitian menjadi laporan sistematis (skripsi), melalui proses konsultasi dan revisi dengan dosen pembimbing.