

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bertujuan untuk menyelidiki adanya hubungan sebab dan akibat secara lebih mendalam. Fokus pada penelitian ini, yaitu menganalisis keterkaitan antara dua atau lebih variabel yang mempunyai tujuan untuk memahami bagaimana suatu variabel dapat memengaruhi variabel lainnya secara sistematis dan terukur.

Metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang memiliki tujuan untuk menganalisis dan mempelajari bagaimana suatu populasi beserta sejumlah sampel yang telah dipilih, dengan tujuan untuk melakukan uji hipotesis yang sudah dirumuskan pada sebelumnya, menurut Sugiyono (2016:35).

Analisis asosiatif yaitu suatu metode analisis data penelitian yang bertujuan untuk menilai keberadaan suatu hubungan antara variabel dari dua atau lebih kelompok data (Siregar, 2017:101). Dari hasil analisis ini bisa memastikan apakah hipotesis penelitian ini dapat digeneralisasikan atau tidak. Jika hipotesis alternatif diterima, maka hal tersebut menandakan adanya hubungan diantara variabel dalam penelitian.

3.2 Objek Penelitian.

Objek penelitian ini terdapat tiga variabel independen (X) dan satu variabel dependen (Y). Dengan variabel independennya yang meliputi *Digital Marketing* (X1), Kualitas Produk (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3). Serta variabel dependennya yaitu Keputusan Pembelian (Y). Untuk tempat yang dijadikan

sebagai objek penelitian ini adalah *stockpile* pasir CV. Rizky Berlian Abadi Lumajang.

3.3 Jenis dan Sumber Data.

3.3.1 Jenis Data

Dalam hasil penelitian ini terdapat dua jenis data yang digunakan yakni, data primer dan data sekunder. Data primer merujuk pada data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya melalui metode seperti wawancara, kuesioner, sehingga bisa mencerminkan kondisi dan informasi terkini. Sebaliknya, data sekunder merujuk pada data yang telah tersedia sebelumnya, yang diperoleh dari literatur, laporan, serta sumber informasi lain yang telah dipublikasikan, dan berfungsi untuk memberikan konteks serta mendukung validitas analisis penelitian. Berikut dibawah ini penjelasan rinci mengenai data primer dan sekunder:

a. Data Primer

Menurut Siti Azizah (2022:61) data primer yaitu informasi asli yang didapatkan langsung dari narasumbernya oleh peneliti. Data ini dapat dikumpulkan melalui hasil wawancara langsung maupun wawancara tidak langsung, atau bisa menggunakan kuesioner. Untuk memastikan data yang telah diperoleh akurat, peneliti masih perlu mempersiapkan instrumen pengukuran tertentu agar peneliti dan sumber data dapat memiliki pemahaman yang sama diantara peneliti dengan sumber data. Data yang didapatkan biasanya masih berbentuk informasi mentah yang belum diolah lebih dalam. Contoh data primer meliputi hasil dari eksperimen, identitas responden, karakteristik pekerjaan responden, dan lainnya.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini yakni berupa hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh penulis dengan sebagai respondennya yaitu para pembeli pasir pada *stockpile* CV. Rizky Berlian Abadi Lumajang. Untuk hasil data primer yang didapatkan ini berasal dari responden atas pertanyaan-pertanyaan yang sudah diajukan dalam kuesioner. Pada pertanyaan tersebut menyangkut tentang digital marketing, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pasir pada *stockpile* CV. Rizky Berlian Abadi Lumajang.

b. Data Sekunder

Menurut Siti Azizah (2022:61) data sekunder adalah data yang diterima dengan cara yang tidak terbuka atau melalui pihak ketiga, sehingga peneliti tidak mengetahui proses pengumpulan data tersebut. Data sekunder contohnya data yang didapatkan dari lembaga pemerintah maupun swasta seperti halnya Badan Pusat Statistik, Bank Indonesia, *Word Bank*, IMF, serta yang lain sebagainya.

Data sekunder yang dipergunakan dalam penelitian ini mencakup laporan catatan penjualan dan dokumen administratif perusahaan yang sudah tersedia, oleh karenanya penulis dapat menghemat waktu dalam proses pengumpulan data. Dengan adanya data yang telah terdokumentasi, penulis dapat menganalisis tren historis, pola ketersediaan stok pasir, serta kinerja operasional *stockpile* dari waktu ke waktu. Analisis ini sangat penting untuk mengidentifikasi tren dan masalah yang berpotensi akan muncul dalam setiap pengelolaan bisnis *stockpile* pasir ini.

3.3.2 Sumber Data.

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah terdiri dari data internal dan data eksternal. Data internal menurut Suryani dan Hendryadi (2015:170) adalah statistik yang mencerminkan suatu keadaan dalam sebuah lembaga, yang termasuk dengan data produksi dan data penjualan. Sementara itu, menurut Paramita dan Rizal (2018:72), data eksternal disebutkan bersumber dari luar lembaga atau sebuah perusahaan.

Dengan demikian sumber data eksternal dapat mencakup sebuah informasi yang telah diperoleh dari luar organisasi terkait. Dalam penelitian kali ini, data eksternal dapat diambil dari berbagai macam penelitian yang sebelumnya, seperti artikel atau jurnal serta sumber – sumber lain yang relevan dengan riset yang dilakukan, (Maulidana, 2023).

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.

3.4.1 Populasi.

Populasi merupakan himpunan objek atau subjek yang memiliki beberapa karakteristik tertentu yang bisa dipergunakan sebagai sumber informasi data yang dijadikan untuk sebuah penelitian Siti Azizah, (2022:66). Sementara itu, populasi menurut Sugiyono (2023:126) adalah suatu wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan jumlah serta karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dikaji dan dijadikan bahan dalam menarik kesimpulan. Didalam suatu populasi, tidak sekedar jumlah objek atau subjek yang menjadi fokus pada penelitian, tetapi juga mencakup seluruh karakteristik yang dimiliki oleh objek atau subjek tersebut. Populasi umumnya memiliki jumlah total yang

sangat besar, sehingga bisa menyebabkan peneliti mengalami kesulitan. Maka dengan itu, diperlukan pengambilan sampel yang dapat mewakili populasi tersebut. Jumlah populasi dalam penelitian ini mencakup keseluruhan konsumen atau pelanggan tetap yang telah membeli pasir di sepanjang berdirinya stockpile sampai awal tahun 2025 yang kisaran totalnya mencapai 370 konsumen.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling.

Pengertian sampel menurut Siti Azizah (2022:66) merupakan bagian dari suatu objek atau subjek yang dapat menggambarkan bagaimana populasi. Sedangkan menurut Sugiyono (2023:127) pengertian sampel dijelaskan sebagian dari karakteristik dan jumlah yang terdapat didalam suatu populasi. Teknik *Sampling* merupakan suatu teknik dalam proses pengambilan sampel Sugiyono (2023:128).

Teknik yang digunakan dalam proses pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *nonprobability sampling* dengan kombinasi menggunakan teknik *accidental sampling* atau *Insidental sampling* yang sudah sesuai pada penelitian ini. *Insidental sampling* adalah metode pengambilan sampel yang berdasarkan pada pertemuan kebetulan, yang dimana setiap individu secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel asalkan dianggap cocok memenuhi sebagai sumber data Sugiyono (2023:133).

Untuk metode yang dipakai menentukan ukuran sampel pada riset ini yaitu menggunakan metode *slovin*. Adapun rumus dari metode *slovin* menurut Siregar (2015:34), yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Perkiraan Tingkat Kesalahan

$$n = \frac{370}{1 + 370(0,1)^2}$$

$$n = \frac{370}{1 + 3,70}$$

$$n = 78,7234042$$

$$n = 79$$

Maka, dalam penelitian ini menggunakan teknik *slovin* untuk penentuan ukuran atau jumlah sampel, dengan menghasilkan 79 responden atau sampel.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional.

3.5.1 Variabel Penelitian.

Variabel penelitian menurut Siti Azizah (2022:56) merupakan sebuah elemen atau objek yang diamati dalam penelitian yang memiliki keberagaman atau variasi. Sugiyono (2023:67) juga menjelaskan bahwa variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk diteliti, sehingga dapat memperoleh informasi mengenai hal tersebut serta bisa ditarik kesimpulan berdasarkan dari hasilnya. Selain itu variabel penelitian juga berperan sebagai salah satu indikator penting dalam menentukan kualitas sebuah karya ilmiah. Dalam penelitian ini menggunakan empat (4) variabel yang meliputi tiga (3) variabel independen yakni *digital marketing*, kualitas produk, dan kualitas

pelayanan, sedangkan untuk variabel dependen ada satu (1) yakni keputusan pembelian.

a. *Independent Variable* (variabel bebas)

Variabel independen ialah variabel yang berfungsi memengaruhi variabel lainnya dan biasanya dilambangkan dengan simbol “X” dalam analisis. Disebut sebagai variabel bebas karena pada variabel ini dapat diukur serta dimanipulasi atau juga dipilih oleh peneliti untuk mengidentifikasi hubungan dengan fenomena yang diamati Siti Azizah (2022:56). Pada penelitian kali ini yang menjadi variabel independen yaitu *Digital Marketing* (X1), Kualitas Produk (X2), serta Kualitas Pelayanan (X3).

b. *Dependent Variable* (variabel tergantung)

Variabel dependen menurut Siti Azizah (2022:56) merupakan variabel yang bergantung pada variabel bebas, sehingga dianggap sebagai hasil dari pengaruh variabel bebas. Yang dengan kata lain, variabel bebas bertindak sebagai penyebab, sementara variabel tergantung yang menjadi akibatnya. Didalam penelitian , variabel ini disimbolkan “Y”. Variabel tergantung bisa diamati dan diukur untuk mengevaluasi dampak yang ditimbulkan dari variabel bebas.

3.5.2 Definisi Konseptual.

Definisi konseptual merupakan beberapa elemen - elemen yang memiliki fungsi dalam penelitian untuk menggambarkan karakteristik suatu masalah yang ditelitinya. Berlatar belakang dari hasil penjelasan yang sudah disampaikan diatas, definisi konseptual untuk setiap variabelnya dapat diuraikan, meliputi:

a. *Digital Marketing*

Digital marketing menurut Yustina (2022:10) merupakan aktivitas pemasaran atau promosi dari suatu merek atau produk tertentu yang melalui media digital atau internet. Tujuan utama dari digital marketing ini yaitu bertujuan untuk memikat minat perhatian konsumen dan bakal konsumen dengan cara yang lebih cepat dan efektif.

b. Kualitas Produk

Kualitas produk yaitu salah satu aspek fundamental yang menjadi tinjauan utama bagi pembeli sebelum melakukan proses pembelian suatu produk. Ketika suatu produk tersebut memiliki mutu yang bagus dan layak untuk diandalkan, maka produk tersebut akan lebih dikenal dengan mudah oleh para konsumen, yang alhasil dapat memunculkan kepuasan dalam pembelian. Serta hal ini dapat memungkinkan untuk memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian ulang.

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Al Idrus (2019:2), yaitu merujuk pada penilaian yang telah diberikan oleh pelanggan atau konsumen mengenai layanan yang sudah mereka terima (*perceived services*) dibandingkan dengan tingkat layanan yang sudah mereka harapkan (*expected services*). Bagi produsen, kualitas pelayanan yakni mencakup perincian produk atau jasa yang telah direncanakan serta diselaraskan dengan keperluan atau keinginan pelanggan, sehingga konsumen merasakan kepuasan dengan produk tersebut atau jasa yang ditawarkannya.

d. Keputusan Pembelian

Seperti yang telah dijelaskan oleh Philip Kotler dan Amstrong (2013:178), keputusan pembelian merupakan suatu prosedur yang dimana konsumen mengetahui adanya suatu perkara, mencari informasi mengenai merek atau produk tertentu, serta mengevaluasi seberapa efektif berbagai alternatif dalam proses menyelesaikan masalah tersebut. Dan proses ini yang akhirnya mengarah pada pengambilan keputusan untuk membeli (Maulidana, 2023).

3.5.3 Definisi Operasional.

Operasional merupakan proses penentuan karakteristik suatu objek atau konsep yang dipelajari sehingga bisa menjadikan variabel yang bisa terukur. Sementara itu, definisi operasional menjelaskan bagaimana cara suatu variabel bisa diukur dan diidentifikasi nilainya dalam penelitian (Paramita et al., 2018). Untuk variabel yang terkait pada penelitian ini yaitu, *digital marketing*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan sebagai variabel (X) independen, sedangkan untuk keputusan pembelian sebagai variabel (Y) dependen. Berikut merupakan variabel independen dan dependen didalam penelitian ini meliputi:

a. *Digital Marketing* (X_1)

Menurut Sidi dan Yogatama, (2019) terdapat lima indikator *digital marketing* yakni diantaranya sebagai berikut:

1) Koordinasi (*coordination*)

Adalah terkait informasi mengenai semua keunggulan produk yang bisa dipastikan atau disesuaikan melalui situs WEB, serta dapat juga dianggap sebagai media yang mendukung pengembangan suatu produk

2) Perdagangan (*commerce*)

Adalah aktivitas jual beli yang penggunaanya melalui internet, yang bisa memberikan keuntungan dalam penjualan barang atau jasa berkat adanya biaya yang relatif rendah, serta bersifat universal, sehingga bisa dibuka dengan mudah oleh siapa saja dan dimana saja.

3) Komunitas (*community*)

Yakni terdiri dari sekelompok pengguna dengan memiliki minat terhadap produk atau layanan tertentu, yang bisa berkumpul melalui obrolan online pada media internet untuk dapat saling berbagi pengalaman.

4) konten (*content*)

Yaitu merujuk pada suatu informasi dan hiburan mengenai produk yang ditawarkan secara online. Informasi ini dapat meliputi berita terkini, ramalan cuaca, kutipan, serta informasi menarik yang relevan terkait dengan produk tersebut.

5) Komunikasi (*communications*)

Adalah suatu interaksi yang bisa dilakukan antara pengguna dan pemasar melalui internet, serta dapat dilakukan melalui telepon, email, atau video secara *real-time* untuk menanyakan informasi terkait yang diperlukan.

Berdasarkan pada indikator *digital marketing* diatas maka bisa disusun pertanyaan kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran *likert*, diantara lain sebagai berikut:

- 1) Informasi terkait keunggulan pasir yang tersedia pada website CV. Rizky Berlian Abadi dapat dengan mudah diakses dan dipahami.

- 2) Informasi mengenai penjualan pasir yang ditawarkan pada media online CV. Rizky Berlian Abadi bisa bersaing serta transparan.
- 3) Saya bisa saling berbagi pengalaman kepada konsumen lain dengan melalui grup online yang terkait dengan produk pada CV. Rizky Berlian Abadi.
- 4) Pada media digital CV. Rizky Berlian Abadi menayangkan konten edukasin yang relevan dengan produk pasir yang dijual.
- 5) Saya dapat dengan mudah berkomunikasi dengan pihak CV. Rizky Berlian Abadi untuk menanyakan detail produk dan ketersediaan stock.

b. Kualitas Produk (X_2)

Indikator kualitas produk menurut Wibisono E.s (2019:19) dalam (Anggraini, 2023), yakni meliputi dibawah ini:

1) Ketahanan Produk

Ketahanan merujuk pada umur dari penggunaan produk, yaitu seberapa lama produk dapat dipergunakan sebelum perlu diganti baru atau mengalami kerusakan.

2) Keistimewaan Produk

Pandangan atau persepsi pelanggan terhadap kelebihan atau karakteristik khusus yang dimiliki oleh masing-masing produk.

3) Keandalan Produk

Kemampuan produk untuk beroperasi dengan baik sesuai harapan, serta mampu memberikan kepuasan atau tidak, dalam periode waktu yang tertentu.

4) Kesesuaian Dengan Spesifikasi / Standar

Menggambarkan sejauh mana desain serta fitur operasional produk dapat memenuhi standar atau spesifikasi yang telah ditetapkan.

5) Estetika Produk

Estetika ini mengacu pada daya tarik produk terhadap panca indera manusia, seperti halnya visual, sentuhan, atau berbagai elemen lainnya.

Berdasarkan pada indikator kualitas produk diatas maka bisa disusun pertanyaan kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran *likert*, diantara lain sebagai berikut:

- 1) Pasir dari *stockpile* CV. Rizky Berlian Abadi memiliki daya tahan yang kuat untuk segala bahan konstruksi bangunan.
- 2) Pasir dari *stockpile* CV. Rizky Berlian Abadi mempunyai karakter pasir berwarna hitam, dan dimensi butiran pasir yang sama rata
- 3) Kualitas pasir pada *stockpile* ini bisa diandalkan serta sesuai dengan yang dibicarakan penjual dan harapan konsumen.
- 4) Stok pasir di *stockpile* CV. Rizky Berlian Abadi sudah sesuai standar yang dibutuhkan proyek konstruksi, dengan kadar tanah atau lumpur yang rendah.
- 5) Pasir pada *stockpile* CV. Rizky Berlian Abadi memiliki penampilan yang bersih dari sampah

c. Kualitas Pelayanan (X₃)

Menurut Mahendra dan Wardana (2021) menjelaskan bahwa ada lima 5 indikator pokok tentang kualitas pelayanan, yakni sebagai berikut:

1) *Tangible* (bukti fisik)

Indikator ini tertuju pada beberapa elemen – elemen fisik, seperti: fasilitas fisik, sarana dalam berkomunikasi, peralatan dan perlengkapan, serta dari penampilan para pegawainya.

2) *Reliability* (keandalan)

Terdapat kemampuan untuk menyediakan pelayanan kepada konsumen atau pelanggan dengan tingkat akurasi, kepuasan, serta ketepatan waktu yang tinggi.

3) *Responsiveness* (ketanggapan)

Keinginan staf untuk memberikan bantuan kepada konsumen atau pelanggan, dengan melalui penyediaan pelayanan yang cepat dan responsif, serta memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan.

4) *Assurance* (jaminan)

Jaminan mencakup beberapa aspek pengetahuan, keterampilan, kesopanan, serta bebas dari bahaya atau resiko, yang berkontribusi pada peningkatan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

5) *Empathy* (empati)

Menekankan pentingnya dalam membangun hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian pribadi, serta pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan spesifik pelanggan.

Berdasarkan pada indikator kualitas pelayanan diatas maka bisa disusun pertanyaan kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran *likert*, diantara lain sebagai berikut:

- 1) CV. Rizky Berlian Abadi menyediakan fasilitas fisik seperti toilet dan tempat istirahat dalam kondisi baik dan terawat.
- 2) Pengiriman pasir dari CV. Rizky Berlian Abadi dilakukan dengan tepat waktu dan sesuai permintaan.
- 3) Staf *stockpile* CV. Rizky Berlian Abadi bisa merespons dengan cepat keluhan konsumen.
- 4) Staf *stockpile* CV. Rizky Berlian Abadi memiliki pengetahuan yang cukup tentang seberapa bagus kualitas pasir yang ditawarkannya.
- 5) Staf *stockpile* CV. Rizky Berlian Abadi dapat memahami keinginan atau kebutuhan pasir setiap konsumen.

d. Keputusan Pembelian (Y)

Indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2016:183) berfungsi sebagai variabel kendali yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mengukur berbagai perubahan yang terjadi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam suatu kegiatan. Indikator ini juga berguna untuk mengevaluasi situasi serta memungkinkan pengukuran atas perubahan yang berlangsung dari waktu ke waktu. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pemilihan Produk

Konsumen dapat memutuskan untuk membeli sebuah produk tertentu atau menggunakan uangnya untuk keperluan yang lain.

2) Pemilihan Merek

Konsumen harus bisa dalam menentukan merek mana yang akan dibelinya, dimana setiap merek atau produk memiliki karakteristik yang berbeda.

3) Pemilihan Tempat Penyalur

Konsumen juga perlu dalam menentukan penyalur atau penyuplai yang akan mereka kunjungi.

4) Waktu Pembelian

Keputusan mengenai waktu atau kapan konsumen akan melakukan pembelian suatu produk dapat berbeda-beda.

5) Jumlah Pembelian

Konsumen juga perlu dalam memutuskan jumlah produk yang akan dibelinya pada satu waktu yang tidak tertentu.

6) Metode Pembayaran

Konsumen juga penting memutuskan metode pembayaran yang akan dipergunakan dalam transaksi pembelian barang atau jasa.

Berdasarkan pada indikator keputusan pembelian diatas maka bisa disusun pertanyaan kuesioner yang sesuai dengan skala pengukuran likert, diantara lain sebagai berikut:

- 1) Saya memutuskan pembelian pasir di CV. RBA karena dapat memilih pasir dengan kualitas terbaik.
- 2) Saya memutuskan pembelian pasir di CV. RBA karena *stockpile* tersebut sudah cukup terkenal dikalangan jual beli pasir.
- 3) Saya memutuskan CV. RBA sebagai penyalur karena menawarkan harga pasir yang kompetitif.
- 4) Saya memutuskan pembelian pasir pada CV. RBA pada saat saya benar – benar membutuhkan pasir.

- 5) Saya memutuskan pembelian pasir di CV. RBA dengan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan saya.
- 6) Saya memutuskan pembelian pasir di CV. RBA karena terdapat metode pembayaran yang praktis, cepat, dan aman.

3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran.

3.6.1 Instrumen Penelitian.

Menurut Sugiyono (2023:156) merupakan sebuah alat yang difungsikan sebagai pengukuran berbagai fenomena alam ataupun sosial. Secara keseluruhan fenomena – fenomena tersebut terkenal sebagai sebutan variabel penelitian. Sedangkan instrumen penelitian menurut (Hikmawati, 2020:30), adalah sebagai alat yang berfungsi bagi peneliti untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang menjadi fokus kajian. Secara khusus, semua fenomena tersebut diidentifikasi sebagai variabel.

Didalam penelitian ini disusun berdasarkan hasil dari indikator per setiap variabelnya yang kemudian skala pengukurannya dapat dijabarkan dalam susunan tabel dibawah ini:

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

| No | Variabel | Indikator | Instrumen | Skala | Sumber |
|----|--------------------------|--------------------------------------|--|---------|--|
| 1 | <i>Digital Marketing</i> | Koordinasi (<i>coordination</i>) | Informasi terkait keunggulan pasir yang tersedia pada website CV. Rizky Berlian Abadi dapat dengan mudah diakses dan dipahami. | Ordinal | Sidi dan Yogatama, (2019) |
| | | Perdagangan (<i>commerce</i>) | Informasi mengenai penjualan pasir yang ditawarkan pada media online CV. Rizky Berlian Abadi bisa bersaing serta transparan. | Ordinal | |
| | | Komunitas (<i>community</i>) | Saya bisa saling berbagi pengalaman kepada konsumen lain dengan melalui grup online yang terkait dengan produk pada CV. Rizky Berlian Abadi. | Ordinal | |
| | | Konten (<i>content</i>) | Pada media digital CV. Rizky Berlian Abadi menayangkan konten edukasi yang relevan dengan produk pasir yang dijual. | Ordinal | |
| | | Komunikasi (<i>communications</i>) | Saya dapat dengan mudah berkomunikasi dengan pihak CV. Rizky Berlian Abadi untuk menanyakan detail produk dan ketersediaan stock. | Ordinal | |
| 2 | Kualitas Produk | Ketahanan Produk | Pasir dari <i>stockpile</i> CV. Rizky Berlian Abadi memiliki daya tahan yang kuat untuk segala bahan konstruksi bangunan. | Ordinal | Wibisono E.s (2019:19) dalam (Anggraini, 2023) |
| | | Keistimewaan Produk | Pasir dari <i>stockpile</i> CV. Rizky Berlian Abadi mempunyai karakter pasir berwarna hitam, dan dimensi butiran pasir yang sama rata. | Ordinal | |
| | | Keandalan Produk | Kualitas pasir pada CV. Rizky Berlian Abadi ini bisa diandalkan serta sesuai dengan yang dibicarakan penjual dan harapan konsumen. | Ordinal | |
| | | Kesesuaian Dengan Spesifikasi | Stok pasir di <i>stockpile</i> CV. Rizky Berlian Abadi sudah sesuai standar yang dibutuhkan proyek konstruksi, dengan kadar tanah atau lumpur yang rendah. | Ordinal | |

| No | Variabel | Indikator | Instrumen | Skala | Sumber |
|----|---------------------|---------------------------------------|--|---------|------------------------------|
| 3 | Kualitas Pelayanan | Estetika Produk | Pasir pada stockpile CV. Rizky Berlian Abadi memiliki penampilan yang bersih dari sampah | Ordinal | Mahendra dan Wardana, (2021) |
| | | Bukti Fisik (<i>tangible</i>) | CV. Rizky Berlian Abadi menyediakan fasilitas fisik seperti toilet dan tempat istirahat dalam kondisi baik dan terawat. | Ordinal | |
| | | Keandalan (<i>reliability</i>) | Pengiriman pasir dari CV. Rizky Berlian Abadi dilakukan dengan tepat waktu dan sesuai permintaan. | Ordinal | |
| | | Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) | Staf stockpile CV. Rizky Berlian Abadi bisa merespons dengan cepat keluhan konsumen. | Ordinal | |
| | | Jaminan (<i>assurance</i>) | Staf stockpile CV. Rizky Berlian Abadi memiliki pengetahuan yang cukup tentang seberapa bagus kualitas pasir yang ditawarkannya. | Ordinal | |
| | | Empati (<i>empathy</i>) | Staf stockpile CV. Rizky Berlian Abadi dapat memahami keinginan atau kebutuhan pasir setiap konsumen. | Ordinal | |
| 4 | Keputusan Pembelian | Pemilihan Produk | Saya memutuskan pembelian pasir di CV. RBA karena dapat memilih pasir dengan kualitas terbaik. | Ordinal | Kotler and Keller (2016:183) |
| | | Pemilihan Merek | Saya memutuskan pembelian pasir di CV. RBA karena stockpile tersebut sudah cukup terkenal dikalangan jual beli pasir. | Ordinal | |
| | | Pemilihan Tempat Penyalur | Saya memutuskan CV. RBA sebagai penyalur karena menawarkan harga pasir yang kompetitif. | Ordinal | |
| | | Waktu Pembelian | Saya memutuskan pembelian pasir pada CV. RBA pada saat saya benar – benar membutuhkan pasir. | Ordinal | |
| | | Jumlah Pembelian | Saya memutuskan pembelian pasir di CV. RBA dengan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan saya. | Ordinal | |
| | | Metode Pembayaran | Saya memutuskan pembelian pasir di CV. RBA karena terdapat metode pembayaran yang praktis dan aman. | Ordinal | |

3.6.2 Skala Pengukuran.

Skala pengukuran menurut Sugiyono (2023:145) adalah kesepakatan yang sudah ditetapkan guna untuk menjadi acuan dalam penentuan panjang dan pendeknya interval yang ada pada alat pengukuran, apabila alat ukur tersebut dipergunakan dalam proses pengukuran akan memperoleh data kuantitatif.

Pada penelitian ini skala pengukuran akan menggunakan skala ordinal. Untuk skala ordinal adalah skala yang memiliki urutan, namun terdapat jarak antara titik–titik ataupun juga kategori terdekat tidak wajib untuk memaparkan dengan rentang yang sama.

3.7 Metode Pengumpulan Data.

3.7.1 Wawancara.

Wawancara metode dalam pengumpulan data yang dipergunakan peneliti apabila ingin melaksanakan studi awal untuk menemukan akar masalah yang perlu untuk diteliti. Sementara itu, wawancara juga berfungsi untuk memperoleh informasi yang lebih detail dari respondennya, terutama jika jumlah respondennya yang terbatas Sugiyono (2023:195).

Dalam proses wawancara dapat menggunakan cara yang terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan dengan secara langsung atau tatap muka serta juga bisa melalui telepon. Untuk wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini, peneliti langsung mewawancarai konsumen yang sudah melakukan pembelian pasir pada *stockpile* CV. Rizky Berlian Abadi Lumajang.

3.7.2 Observasi.

Observasi menurut Sugiyono (2023:203) yakni metode dalam pengumpulan data yang memiliki karakteristik khusus yang apabila dibandingkan dengan metode lain misalnya, seperti wawancara dan kuesioner. Sedangkan untuk wawancara dan kuesioner selalu melibatkan hubungan dengan orang, observasi tidak terbatas kecuali kepada manusia, tetapi juga meliputi objek alam lainnya.

Teknik pengumpulan data memakai metode observasi difungsikan apabila riset bersangkutan dengan respon manusia, mekanisme kerja, serta fenomena alam, yang disaat jumlah responden teramati tidak begitu luas. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan observasi atau mengamati terkait para konsumen yang sudah melakukan keputusan pembelian pasir pada *stockpile* CV. Rizky Berlian Abadi Lumajang.

3.7.3 Kuesioner.

Kuesioner adalah suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sebuah rangkaian pertanyaan ataupun pernyataan secara tertulis kepada responden yang dituju untuk dijawabnya Sugiyono (2023:199) . Pada metode ini sangat efisien jika peneliti sudah menangkap dengan gamblang variabel mana yang hendak diperkirakan serta apa yang diharapkannya dari responden tersebut. Dalam riset ini, peneliti akan membagikan kuesioner terhadap para konsumen pembeli pasir di *stockpile* CV. Rizky Berlian Abadi.

Skala *likert* menurut Sugiyono (2023:146) semacam alat yang digunakan untuk menilai atau mengukur sikap, pandangan, dan persepsi individu seseorang

atau kelompok terhadap fenomena sosial. Berikut skala likert yang memiliki format sebagai berikut:

- | | |
|---|---|
| 1) Sangat setuju / selalu / sangat positif, diberi nilai | 5 |
| 2) Setuju / sering / positif, diberi nilai | 4 |
| 3) Ragu – ragu / kadang–kadang / netral, diberi nilai | 3 |
| 4) Tidak setuju / hampir tidak pernah / negatif, diberi nilai | 2 |
| 5) Sangat tidak setuju / tidak pernah, diberi nilai | 1 |

3.7.4 Studi pustaka.

Studi pustaka yang menggambarkan dasar dalam riset ini yaitu dengan membaca buku atau beberapa literatur yang berkaitan pada sebuah masalah didalam penelitian ini yang meliputi tentang digital marketing, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Terkait tentang literatur maupun buku yang telah dibaca dari berbagai teori yang telah dipaparkan oleh para ahli yang diperoleh dari buku serta jurnal–jurnal lokal atau internasional.

3.8 Teknik Analisis Data.

Pada penelitian kuantitatif, analisis data adalah aktivitas yang dilakukan setelah keseluruhan data dari responden atau sumber–sumber yang lain sudah terkumpul. Proses menganalisis ini diantaranya pengelompokkan data yang sesuai variabel dan ragam responden, data rincian dalam tabel berlandaskan variabel untuk semua responden, penyajian data per setiap variabel yang dikaji, merekap penghitungan untuk menanggapi semua pertanyaan penelitian, serta menjumlah guna menguji hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya. Sugiyono (2023:206).

3.8.1 Uji Instrumen.

a) Pengujian Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2023:175) dapat diartikan sebagai suatu kondisi di mana hasil penelitian dianggap sah apabila terdapat kesesuaian diantara data yang terkumpulkan dengan kondisi yang sedang muncul pada sasaran yang ditelitinya. Dengan begitu instrumen dapat dinyatakan valid apabila mampu dalam mengumpulkan data yang sesuai dengan harapan serta bisa mengungkapkan informasi secara akurat terkait variabel penelitiannya.

Dalam menganalisis faktor perlu menggunakan cara menghubungkan skor aspek dengan skor keseluruhan. Apabila ada korelasi setiap faktor menunjukkan nilai positif mencapai 0,3 atau lebih tinggi, maka pada faktor tersebut dianggap sebagai konstruksi cukup kuat. Oleh karena itu, dari hasil analisis faktor ini bisa diberi kesimpulan bahwa instrumen tersebut mempunyai validitas konstruksi dengan baik Sugiyono (2023:180).

b) Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas menurut Sugiyono (2023:178) yaitu digunakan dalam mengukur konsistensi, dengan kemampuan alat ukur bisa menghasilkan data yang sama dan secara berulang kali. Hasil dari penelitian dapat dikatakan reliabel apabila data tersebut diperoleh dalam hasil konsisten meskipun pengukuran dilakukan pada waktu yang berbeda. Sedangkan menurut, Khairunnisa (2023:60) reliabilitas merupakan sejauh mana suatu derajat tes dapat mengukur dengan konsisten tujuan sasaran yang diukurnya.

Menurut Nugroho (2011:33), reliabilitas bisa diuji dengan melihat pada *Alpha Cronbach* (Anggraini, 2023). Pada indeks kriteria reliabilitas yang dituliskan dalam tabel bisa dibagi dalam beberapa kategori, sebagai berikut:

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

| No | Interval Alpha Cronbach | Tingkat Reliabilitas |
|----|-------------------------|----------------------|
| 1 | 0,000-0,20 | Kurang Reliabilitas |
| 2 | 0,201-0,40 | Agak Reliabilitas |
| 3 | 0,401-0,60 | Cukup Reliabilitas |
| 4 | 0,601-0,80 | Reliabilitas |
| 5 | 0,801-1,00 | Sangat Reliabilitas |

Sumber: Nugroho (2011:33)

Sebuah pernyataan ataupun pertanyaan dapat dianggap konsisten apabila nilai dari *Cronbach's Alpha* lebih 0,6. Pengujian reliabilitas ini bisa dilakukan dengan cara penggunaan rumus Alpha atau *Cronbach's Alpha*, yang menunjukkan bahwa tingkat dari keandalan instrumen.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut (Priyastama, 2020:117) yakni dilakukan guna untuk mengevaluasi apakah nilai dari residual yang dihasilkan dari analisis regresi tersalurkan normal. Model regresi yang bagus dapat ditandai dengan nilai residual yang mengikuti distribusi normal. Pada beberapa metode dalam menguji normalitas diantara lain dengan melakukan pemeriksaan penyebaran statistik pada garis diagonal grafik *P-P plot* dari regresi. Atau dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*.

Data dianggap normal apabila nilai dari residual yang dihasilkan bisa melebihi nilai signifikansi yang telah ditentukan sebelumnya (Purnomo, 2019:49). Dibawah

ini merupakan kriteria yang bisa digunakan untuk pengambilan keputusan terkait data:

- 1) Jika nilai signifikansi $>0,05$, maka nilai residual dinyatakan berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $<0,05$, maka nilai residual dinyatakan tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu ketika terdapatnya korelasi sempurna ataupun hampir sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Pada suatu model regresi yang bagus sebaiknya tidak menampakkan adanya korelasi antara variabel bebas, idealnya dengan nilai korelasi satu (1) ataupun hampir mendekati angka tersebut. Untuk mengamati adanya multikolinearitas, kita dapat memeriksa nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF), atau bisa juga membandingkannya dengan nilai koefisien determinasi spesifik dengan nilai determinasi keseluruhannya (Priyastama, 2020:122).

Menurut Kurniawan (2014:157), terdapat faktor-faktor yang bisa dipergunakan dalam proses mengidentifikasi multikolinearitas pada suatu pola (Anggraini, 2023), yang meliputi:

- 1) Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 serta nilai toleransi tidak kurang dari 0,1, maka dapat diambil kesimpulan bahwa model tersebut tidak terjadi multikolinearitas. Semakin tinggi nilai VIF, semakin rendah juga nilai simpatinya.

- 2) Jika koefisien korelasi antara setiap variabel independennya kurang dari 0,70, jadi model bisa dinyatakan bebas dari multikolinearitas. Apabila melebihi 0,70 maka dugaan terdapat yang cukup kuat antara variabel independen sehingga menegaskan adanya multikolinearitas.
- 3) Jika nilai koefisien determinasi, baik pada nilai R^2 ataupun *Adjusted* R^2 diatas 0,60, tetapi tidak ada variabel independen, maka model diindikasikan mengalami multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut (Priyastama, 2020:125), uji heterokedastisitas merupakan kondisi dimana dalam model regresi terdapat adanya perbedaan variansi residual antara satu observasi dan observasi lainnya. Didalam model regresi yang ideal tidak terindikasi heterokedastisitas.

Pada pengujian heterokedastisitas dapat dilakukan dengan cara memantau pola diagram *scatterplot* antara *standardized predicted value* (ZPRED) dengan *studentized residual* (SRESID), ada tidaknya pola yang tertentu dalam grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED yang dimana sumbu Y adalah Y yang sudah diprediksi serta pada sumbu X adalah residual (Priyastama, 2020:127). Model yang baik yaitu didapatkan jika grafik tidak menunjukkan contoh tertentu, seperti menyempit kemudian menyebar, atau menggumpal pada tengah.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda.

Analisis regresi linier berganda menurut (Priyastama, 2020:154) merupakan suatu metode untuk mengukur seberapa besar pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen, serta dipakai juga untuk

memperkirakan nilai variabel dependen berlandaskan dari variabel independen tersebut. Sementara itu, menurut (Sugiyono, 2016:192) juga menyatakan bahwa analisis regresi linear berganda juga bisa membantu kita dalam mengetahui sekuat apa hubungan antara setiap variabel independen (Anggraini, 2023).

Menurut Amirullah (2013:150) dalam (Maulidana, 2023) secara umum bentuk persamaan dari regresi linier berganda yaitu seperti berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

| | |
|----------------|---|
| Y | = Variabel Dependen |
| a | = Konstanta |
| β_1 | = Koefisien Regresi Variabel Independen |
| X ₁ | = Variabel Independen 1 |
| X ₂ | = Variabel Independen 2 |
| X ₃ | = Variabel Independen 3 |
| e | = <i>error</i> |

Untuk persamaan regresi berganda dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

$$KeP = a + \beta_1 DM + \beta_2 KP + \beta_3 KP + e$$

Keterangan:

| | |
|-----------|---|
| KeP | = Keputusan Pembelian |
| a | = Konstanta |
| β_1 | = Koefisien Regresi Variabel Independen |
| DM | = <i>Digital Marketing</i> |
| KP | = Kualitas Produk |

KP = Kualitas Pelayanan

e = *error*

3.8.4 Uji Hipotesis.

Uji hipotesis menurut (Sari, 2023:78) merupakan suatu kesimpulan yang belum definitif, karena masih perlu diuji keasliannya, atau dapat juga diartikan sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang sedang diteliti.

Setelah menjalankan proses analisis regresi linear berganda, kemudian melanjutkan pengujian hipotesis yang dimana uji hipotesis dipergunakan untuk mengidentifikasi adanya keterikatan antar variabel independen dan variabel dependen.

a. Uji t (uji parsial)

Menurut Sugiyono (2016:213), pengujian t ini dipergunakan dalam menguji hipotesis yang berkaitan dengan keterkaitan antara dua ataupun lebih variabel, apabila dengan adanya variabel yang diatur. Hipotesis dianggap diterima jika nilai signifikansi (sig) $< 0,05$ dan koefisien regresi menunjukkan arah sesuai dengan hipotesis.

Menurut Sunyoto (2014:118) dalam (Maulidana, 2023) ada beberapa aspek dalam uji hipotesis, yang diantaranya seperti berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a. Hipotesis pertama (H1)

Tabel 3.3 Hipotesis Pertama

| | |
|------|---|
| H0 : | Tidak adanya pengaruh yang berarti <i>digital marketing</i> terhadap keputusan pembelian pasir pada CV. Rizky Berlian Abadi Lumajang. |
| H1 : | Adanya pengaruh yang berarti <i>digital marketing</i> terhadap keputusan pembelian pasir pada CV. Rizky Berlian Abadi Lumajang. |

b. Hipotesis kedua (H2)

Tabel 3.4 Hipotesis Kedua

| | |
|------|--|
| H0 : | Tidak adanya pengaruh yang berarti kualitas produk terhadap keputusan pembelian pasir pada CV. Rizky Berlian Abadi Lumajang. |
| H2 : | Adanya pengaruh yang berarti kualitas produk terhadap keputusan pembelian pasir pada CV. Rizky Berlian Abadi Lumajang. |

c. Hipotesis ketiga (H3)

Tabel 3.5 Hipotesis Ketiga

| | |
|------|---|
| H0 : | Tidak adanya pengaruh yang berarti kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pasir pada CV. Rizky Berlian Abadi Lumajang. |
| H3 : | Adanya pengaruh yang berarti kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pasir pada CV. Rizky Berlian Abadi Lumajang. |

2) Riset ini menerapkan susunan signifikansi α sebesar 5%. Apabila nilai signifikansi $<0,05$, jadi ($H\alpha$) diterima, yang menunjukkan bahwasannya variabel independen memiliki pengaruh yang relevan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $>0,05$, jadi ($H\alpha$) ditolak, yang mengindikasikan bahwasannya variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang relevan terhadap variabel dependen.

3) Kriteria Pengujian

a) Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$, jadi H_0 ditolak atau H_a diterima.

b) Apabila $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$, jadi H_0 diterima atau H_a ditolak.

4) Penentuan t tabel

Nilai t tabel dapat dihitung berdasarkan rumus $df = N - 2$, sementara t hitung menggunakan nilai data dengan pemakaian aplikasi SPSS.

5) Menghasilkan kesimpulan terkait dengan perbandingan nilai t hitung sama t tabel.

b. Uji f (Uji Simultan)

Uji hipotesis secara simultan (uji f) menurut (Sahir, 2021:53) merupakan metode yang digunakan untuk mengevaluasi pengaruh kolektif variabel independen terhadap variabel dependen.

Proses pembuktian dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel pada tingkat kepercayaan 5% serta derajat kebebasan (degree of freedom) yang dihitung dengan rumus $df = (n-k-1)$, di mana n merujuk pada jumlah responden sedangkan k merujuk pada jumlah variabel yang dianalisis.

3.8.5 koefisien Determinasi (R^2).

Koefisien determinasi, yang umumnya dilambangkan dengan R^2 , pada dasarnya mengukur sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Sahir, 2021:54). Adapun sasaran dari koefisien determinasi (R^2) yakni sebagai pengukur sejauh mana garis regresi sesuai dengan data aktual, dengan nilai R^2 antara 0 sampai 1.

Koefisien determinasi berasal dari variasi total variabel dependen Y, yang dalam konteks ini mengacu kepada keputusan pembelian, seperti yang dijelaskan pada variabel independen X, yang meliputi faktor pribadi serta sosial, yang dipaparkan dalam bentuk presentase. Nilai R^2 dengan kesamaan 1 atau mendekati 1 menunjukkan kualitas garis regresi yang lebih tinggi. Sebaliknya, nilai dari R^2 yang mendekati 0 menunjukkan kecocokan garis regresi yang buruk (Widarjono, 2015:17) dalam (Anggraini, 2023). Cara menghitung nilai koefisien determinasi dalam analisis regresi linear berganda dapat mempergunakan nilai *R square*.

Penggunaan model R Square dalam riset ini dipakai dengan maksud untuk memastikan sebegitu besar apa pengaruh variabel independen, yakni *digital marketing*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen, yakni keputusan pembelian pasir pada *stockpile* CV. Rizky Berlian Abadi Lumajang.

