**BAB III**

**METODELOGI PENELITIAN**

1. **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Penelitian kuantitatif sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit atau empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis (Sugiyono, 2016: 7). Penulis memilih menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk mengetahui besaran pengaruh serta signifikasi antara variable minat beli produk, strategi inovasi dan citra merek terhadap keunggulan bersaing.

1. **Lokasi dan Waktu**

Penelitian ini dilakukan pada PT. Nasmoco Solobaru yang beralamatkan di Jl. Ir. Soekarno, Dusun I, Madegondo, Kec. Grogol, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57552. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2021 sampai Desember 2021.

1. **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2010: 173). Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli maupun pengguna jasa di PT. Nasmoco Solobaru. Penulis menggunakan teknik Accidental Sampling dengan jumlah sampel 100 orang atau responden. Sugiyono (2016: 124) Accidental Sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pengunjung yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

1. **Sumber Data**

Pengumpulan data diperlukan beberapa jenis antara lain:

1. Data primer

Data primer yaitu data diperoleh langsung dari pihak yang diperlukan datanya (Istiatin, 2018 : 33). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil kuisioner yang telah dibagikan dan diisi oleh responden terpilih.

1. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dibuat oleh orang lain atau data sudah jadi (Istiatin, 2018 : 33). Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari buku-buku terkait dengan Manajemen Pemasaran dan jurnal ilmiah yang berjudul pengaruh minat beli produk, strategi inovasi dan citra merek terhadap keunggulan bersaing.

1. **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan metode pengumpulan data yang diperoleh langsung ke lokasi penelitian, untuk mencari data yang lengkap dan berkaitan dengan masalah yang diteliti. Secara garis besar pengumpulan data dapat dibedakan menjadi 5 yaitu :

1. Observasi

Sugiyono (2016 : 145) observasi adalah cara pengambilan data dengan melakukan pengamatan langsung. Observasi dilaksanakan pada PT. Nasmoco Solobaru.

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan menganalisis segala bentuk dokumen berupa barang barang, benda tulis dan bukan hanya berupa tulisan saja tetapi bisa berupa benda benda peninggalan seperti prasasti atau simbol lain yang berhubungan dengan masalah yang diteliti (Istiatin, 2018: 36).

1. Kuesioner / Angket

Kuesioner / Angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara memberi pertanyaan kepada responden untuk diberi respon sesuai dengan kemampuan responden (Istiatin, 2018: 36).

1. Wawancara (interview)

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan penelitidengan melakukan proses tanya jawab maupun dialog secara lisan antara peneliti dengan respondendengan tujuan mendapatkan informasi yang dibutuhkan peneliti (Istiatin, 2018 : 38). Wawancara digunakan juga untuk mendukung kelengkapan dan akurasi kuesioner yang dilakukan peneliti.

1. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan segala usahanya untuk memperoleh informasi yang relevan dengan topik masalah penelitian. Informasi ini diperoleh melalui buku ilmiah, tesis, karangan ilmiah, laporan penelitian, desertasi maupun sumber sumber lain baik elektronik maupun tercetak (Istiatin, 2018 : 39).

1. **Devinisi Operasional**

Variabel penelitian adalah suatu kegiatan mempunyai variasi tertentu ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016 : 38). Variabel-variabel yang terdapat didalam penelitian ini yaitu :

Tabel III.1

Devinisi Operasiaonal

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Variabel | Definisi | Indikator | Kisi-Kisi |
| Y | Keunggulan Bersaing | Keunggulan bersaing sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam market place. | 1. Harga
2. Promosi
3. Kualitas Pelayanan
4. Inovasi produk

(Kadarningsih, 2013) | 1. Harga yang ditawaran PT. Nasmoco Solobaru terjangkau sesuai dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan.
2. Harga yang ditawarkan PT. Nasmoco Solobaru sangat kompetitif dengan showroom maupun bengkel yang lain.
3. PT. Nasmoco Solobaru sangat aktif dalam promosi dibeberapa macam sosial media.
4. PT. Nasmoco Solobaru memiliki keamanan dan kenyamanan showroom maupun bengkel yang sangat terjamin.
5. PT. Nasmoco Solobaru senatiasa melakukan inovasi sesuai kebutuhan pelanggan.
 |
| XI | Minat Beli Produk | Minat merupakan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dengan mencari informasi tambahan | 1. Transaksional
2. Refrensial
3. Prefensial
4. Eksploratif

(Yeremia *et al*., 2013) | 1. Bapak/Ibu/Sdr/i lebih cenderung untuk menggunakan PT. Nasmoco Solobaru sebagai membeli mobil ataupun jasa servicenya.
2. Bapak/Ibu/Sdr/i mereferensikan kepada teman tentang PT. Nasmoco Solobaru
3. Bapak/Ibu/Sdr/i menjadikan PT. Nasmoco Solobaru pilihan utama saat melakukan service mobil di Sukoharjo.
4. Bapak/Ibu/Sdr/i sering mencari informasi dari PT. Nasmoco Solobaru sebelum melakukan booking maupun pembelian mobil.
5. Bapak/Ibu/Sdr/i selalu menilai PT. Nasmoco Solobaru dengan baik.
 |
| X2 | Strategi Inovasi | Strategi inovasi sebagai suatu alat dasar yang menentukan arah inovasi bisnis berdasarkan strategi bisnis dan tujuan strategis. | 1. Orientasi Kepemimpinan
2. Inovasi
3. Sumber inovasi
4. Tingkat investasi

(Suhaeni, 2018) | * + - 1. PT. Nasmoco Solobaru memiliki struktur organisasi yang baik.
			2. PT. Nasmoco Solobaru selalu melakukan pengembangan produk sesuai dengan keinginan pelanggan.
			3. PT. Nasmoco Solobaru memiliki karyawan yang kompeten dibidangnya.
			4. PT. Nasmoco Solobaru menjadi percontohan showroom maupun bengkel yang ada di Sukoharjo.
			5. PT. Nasmoco Solobaru memiliki strategi pengembangan pasar yang baik.
 |
| X3 | Citra Merek | Persepsi dari pelanggan yang berepengaruh secara positif terhadap produsen atau produk - produknya, sehingga dapat menyebabkan terjadinya keputusan pembelian produk oleh konsumen. | 1. Kekuatan
2. Keunikan
3. Keunggulan
4. Nilai yang dirasakan
5. Tanggung jawab

Keller (2013: 73) | PT. Nasmoco Solobaru tidak sembarang menerima tamuPT. Nasmoco Solobaru memiliki pelayanan yang berbeda dari showroom maupun bengkel lainPT. Nasmoco Solobaru mudah diingat ketika berkunjung ke SoloBapak/Ibu/Sdr/i yakin akan jaminan keamanan data diri yang ada di PT. Nasmoco SolobaruPT. Nasmoco Solobaru selalu tanggung jawab atas jasa yang ditawarkan. |

1. **Uji Instrumen**

Angket penelitian sebelum digunakan dalam penelitian sesungguhnya harus diuji terlebih dahulu. Uji instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrument yang disusun benar-benar merupakan hasil yang baik, karena baik buruknya instrument akan berpengaruh pada benar tidaknya data dan sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Uji instrumen dimaksudkan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrument, sehingga dapat diketahui layak tidaknya digunakan untuk pengumpulan data.

Uji instrumen :

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan mengukur valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2015 : 51). Uji validitas dapat diketahui dengan menghitung rhitung dan rtabel (n-2). Jika rhitung ≥ rtabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument pernyataan berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Sebaliknya instrument pernyataan dikatakan tidak valid apabila rhitung < rtabel pada nilai signifikasi 5% (Ghozali, 2015 : 51).

Rumus kolerasi *product moment*:



Dimana,

rxy = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

N = Jumlah sampel

X = Skor butir soal

Y = Skor total

Penelitian ini uji validitas dilakukan terhadap 20 responden dengan rumus korelasi loyality moment. Jika rhitung ≥ rtabel (rhitung ≥ 0,444) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total dinyatakan valid. Sebaliknya jika rhitung ≤rtabel (rhitung ≤0,444) maka skor total dinyatakan tidak valid. Adapun hasil uji validitas pada variabel penelitian yaitu keunggulan bersaing, minat beli produk, strategi inovasi dan citra merek dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel III.2

Hasil uji validitas variabel keunggulan bersaing (Y)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Item | r hitung | rtabel  | Keterangan |
| 1.2.3.4.5. | 0,4700,5380,4500,7230,749 | 0,4440,4440,4440,4440,444 | ValidValidValidValidValid |

Sumber : Data Penelitian diolah 2021

 Tabel diatas menunjukkan bahwa korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel keunggulan bersaing yang mempunyai nilai rhitung> rtabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaaan dinyatakan valid.

Tabel III.3

Hasil uji validitas variabel minat beli produk (X1)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Item | r hitung | rtabel  | Keterangan |
| 1.2.3.4.5. | 0,8080,5290,6110,5080,798 | 0,4440,4440,4440,4440,444 | ValidValidValidValidValid |

Sumber : Data Penelitian diolah 2021

Tabel diatas menunjukkan bahwa korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel minat beli produk yang mempunyai nilai rhitung> rtabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaaan dinyatakan valid.

Tabel III.4

Hasil uji validitas variabel strategi inovasi (X2)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Item | r hitung | rtabel  | Keterangan |
| 1.2.3.4.5. | 0,6450,5940,7750,8340,726 | 0,4440,4440,4440,4440,444 | ValidValidValidValidValid |

Sumber : Data Penelitian diolah 2021

Tabel diatas menunjukkan bahwa korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel strategi inovasi yang mempunyai nilai rhitung> rtabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaaan dinyatakan valid.

Tabel III.5

Hasil uji validitas variabel citra merek (X3)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Item | r hitung | rtabel  | Keterangan |
| 1.2.3.4.5. | 0,8460,4610,7180,6390,538 | 0,4440,4440,4440,4440,444 | ValidValidValidValidValid |

Sumber : Data Penelitian diolah 2021

Tabel diatas menunjukkan bahwa korelasi item-item pertanyaan terhadap variabel citra merek yang mempunyai nilai rhitung> rtabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaaan dinyatakan valid.

1. Uji reliabilitas

Uji reabilitas adalah mengukur konsistensi jawaban responden dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pernyataan ini dikatakan reliable jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten. Pengambilan keputusan reliabilitas, satu instrument dikatakan reliable jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2015 : 53).



Dimana,

r11 = reliabilitas instrumen

k = Banyaknya soal

Σσb2 = Jumlah varians butir

σt2 = Varians Total

Pengambilan keputusan reabilitas suatu variabel ditentukan dengan asumsi apabila nilai alpha cronbach > 0.60 maka butir peratau variabel yang diteliti adalah reliable. Adapun hasil uji reabilitas untuk semua variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel dibawah ini.

Tabel III.6

Hasil uji reliabilitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | *Cronbach’s Alpha* | *Alpha* | Keterangan |
| Keunggulan BersaingMinat Beli ProdukStrategi InovasiCitra Merek  | 0,6130,6690,7460,703 | 0,600,600,600,60 | ReliabelReliabelReliabelReliabel |

Sumber: Data Penelitian diolah 2021

 Berdasarkan Tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa semua instrumen yang digunakan variabel dalam penelitian ini reliabel karena nilai cronbach’s alpha> 0,60 sehingga instrumen ini dapat digunakan sebagai alat untuk mengukur variabel dalam penelitian ini.

1. **Uji Asumsi Klasik**

Metode regresi linear berganda dapat disebut baik jika model tersebut memenuhi normalitas data dan terbebas dari asumsi-asumsi klasik statistic multikolinearitas dan heterokesdarisitas. Pengujuan asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data mengalami penyimpangan atau tidak. Jika hasil regresi telah memenuhi asumsi-asumsi regresi maka nilai estimasi yang diperoleh akan bersifat BLUE, yang merupakan singkatan dari : *Best, Linear, Unbiased, Estimator* (Ghozali, 2015 : 109).

* + - * 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2015 : 147). Mengetahui data digunakan dalam model berdistribusi normal dapat dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-smirnov*. Jika nilai *Kolmogorov-smirnov* lebih besar dari α = 0.05, maka data normal (Ghozali, 2015 : 152).

Deteksi normalitas dapat diketahui dengan melihat sebaran data pada sumbu diagonal pada suatu grafik. Dasar dalam pengambilan keputusan uji normalitas (Ghozali, 2015 : 163) adalah apabila data tersebut menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Apabila data tersebut menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

* + - * 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel bebas dalam penelitian. Jika nilai VIF (Variance Inflation Factor) diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinearitas atau dengan kata lain jika nilai toleransi ≤ 0,1 atau nilai VIF ≥ 10 maka dapat dikatakan multikolinearitas (Ghozali, 2015 : 105).

* + - * 1. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui dalam model regresi terdapat kesamaan jawaban responden satu dengan responden lain. Mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas suatu model dapat dilihat pada gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0. Bisa juga menggunakan uji Glejser, jika variabel independen signifikan mempengaruhi variabel dependen maka terjadi heteroskedastisitas dan jika signifikan diatas tingkat kepercayaan 5% maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2015: 139).

1. **Uji Regresi Linier Berganda**

Uji regresi linear berganda digunakan mengetahui pola varibel terikat dapat diprediksikan melalui variabel bebas. Pada regresi linear berganda bertujuan untuk menduga besarnya koefisien regresi dan menunjukkan besarnya pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2015 : 86). Model persamaan regresi yang digunakan ialah sebagai berikut:

Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + e

(Ghozali, 2015 : 86)

Keterangan :

Y : Variabel Keunggulan Bersaing

X1 : Variabel Minat Beli Produk

X2 : Variabel Strategi Inovasi

X3 : Variabel Citra Merek

a : konstanta

b1, b2, b3 : koefisien korelasi

e : *error term* kesalahan pengganggu

1. **Uji Hipotesa**

Uji hipotesis merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan. Pada penelitian ini uji hipotesis yang digunakan adalah :

1. Uji F

Uji F adalah pengujian signifikan yang digunakan untuk mengetahui pengaruh varibel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Apabila hasil dari uji F memiliki angka sig < 0,05 menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap varibel terikat (Ghozali, 2015: 303). Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut :

Menentukan formulasi Ho dan Ha

Jika H0 : b1 = b2 = b3 = 0; Berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Jika Ha : b1 ≠ b2 ≠ b3 ≠ 0; Berarti ada pengaruh antara variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.

Menentukan *level of significance*

a = 0,05 atau 5 %

Fα;k – 1; (n – k)

Kriteria Pengujian



Gambar III.1 Kurva Normal Uji f

**Daerah ditolak**

**Daerah diterima**

Gambar III.1 Kurva Normal Uji f

Fα;k – 1; (n – k)

Jika Fhit≤ Ftabel maka H0 diterima dan Ha ditolak

Jika Fhit≥ Ftabel maka H0 ditolak dan Ha diterima

Perhitungan nilai F

$$F hitung=\frac{JKR/k}{JKS/n-k-1}$$

Dimana :

JKR : Jumlah kuadrat Regresi

JKS :Jumlah kuadrat sisa

n : Jumlah sampel

k : Banyaknya variabel bebas

Keputusan

Ho diterima jika diperoleh nilai Fhitung **<**Ftabel dan sebaliknya Ho ditolak jika

nilai Fhitung**>**Ftabel.

1. Uji t

Uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2015: 304). Apabila hasil uji t dengan nilai signifikan < 0,05, berarti variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1. Menyusun Formasi H0 dan Ha

Jika H0 : b = 0, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Jika Ha : b ≠ 0, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

1. Menentukan level of significance α = 0,05 atau 5%
2. Kriteria Pengujian

**Daerah diterima**

**Daerah ditolak**

**Daerah ditolak**

Gambar III.2 Kurva Normal Uji t

H0 diterima jika : -t (α/2, n-1) ≤ thitung ≤ t (α/2, n-1)

H0 ditolak jika : thitung ≤ -t (α/2, n-1) atau thitung ≥ t (α/2, n-1)

1. Menentukan nilai thitung

$$t hitung=\frac{b }{Sb}$$

Dimana:

b : Parameter estimasi

Sb : Standar error

1. Keputusan

Membandingkan thitung dengan ttabel dapat ditemukan pengaruh secara individu keunggulan bersaing PT. Nasmoco Solobaru ditinjau dari minat beli produk, strategi inovasi dan citra merek.

1. Uji Koefisien Determinan (R2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sumbangan atau seberapa besar pengaruhnya variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2015: 97). Nilai koefisien determinasi yaitu nol sampai satu. Semakin besar *Adjusted R Square* maka sumbangan perubahan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas akan semakin tinggi. Apabila *Adjusted R Square* semakin kecil, maka sumbangan perubahan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel beabas akan semakin rendah. Keofisien determinasi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

R2 = ESS/TSS = 1 (RSS/TSS)

Dimana,

ESS = *Explain sum of square* (jumlah kuadrat dari regresi).

TSS = *Total sum of square* (total jumlah kuadrat).

RSS = *Residual sum square* (jumlah kuadrat kesalahan pengganggu).

Nilai RSS tergantung pada banyaknya variabel bebas yang terdapat dalam model. Semakin banyak variabel bebas, maka nilai RSS semakin menurun sehingga R2 akan meningkat. Maka dering digunakan nilai R2 yang telah disesuaikan derajat kebebasannya. Hubungan R2 dengan R2 yang disesuaikan dapat ditulis sebagai berikut:

R2 adj = $\frac{1-\left(1-R^{2}\right)N-1}{N-K}$

Dimana,

N = Jumlah observasi

K = Jumlah variabel bebas