

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Pada penelitian ini penulis berencana melakukannya di Christgea Beauty Studio terletak di Jl. Bintara 1 no.70 Kota Bekasi, dengan melibatkan para konsumen *Nail Art*. Penelitian ini akan berlangsung selama 6 (enam) bulan, dimulai dari bulan Maret dengan observasi awal, penyusunan proposal dan seminar proposal dilanjutkan dengan persiapan penelitian, pengumpulan data, pengolahan data, melakukan analisis dan evaluasi, penulisan laporan sampai seminar hasil penelitian pada bulan Agustus 2024. Sesuai dengan jadwal penelitian yang tertera pada tabel dibawah ini :

Tabel 3. 1 Jadwan Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
1	Observasi Awal																						
2	Penyusunan Proposal																						
3	Seminar Proposal																						
4	Persiapan Penelitian																						
5	Pengumpulan Data																						
6	Pengolahan Data																						
7	Analisis & Evaluasi																						
8	Penulisan Laporan																						
9	Seminar Hasil penelitian																						

Sumber : Rencana Penelitian (2024)

3.2. Jenis dan Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode penelitian secara umum dapat diartikan sebagai metode ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2022:2). Sedangkan metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2022:13).

Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei yaitu penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh populasi. Metode survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam

pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, tes, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2022:6)

3.3. Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi

Banyak ahli menjelaskan tentang pengertian populasi dan sample. Salah satunya Sugiyono (2022:135) mengatakan bahwa: “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu”. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Christgea beauty studio yang pernah melakukan treatment atau menggunakan jasa *home service* Christgea Beauty Studio. Jumlah pelanggan setiap bulannya tidak menentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah pastinya.

3.3.2. Sampel

Sejalan dengan pengertian populasi, banyak juga ahli yang mendefinisikan pengertian tentang sampel. Sugiyono (2022:136) mengatakan bahwa: ”Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).”

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti, hal ini berarti bahwa sampel mewakili populasi. Dalam penelitian ini sampel diambil dengan *non probability sampling*, Karena populasi di Christgea Beauty Studio tidak diketahui jumlah pastinya. Penulis memutuskan teknik dalam pengambilan sampel ini ialah *purposive sampling* (Sugiyono,2022:144) adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai kriteria yang diinginkan, maka dalam penelitian ini untuk mendapatkan sampel

yang sesuai adalah para konsumen yang pernah melakukan perawatan / *home service* minimal 1 (satu) kali di Christgea Beauty Studio Kota Bekasi.

Sehubungan dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti dan berukuran besar, ditambah waktu yang tidak memadai maka dengan itu penentuan anggota sample (n) minimum menggunakan perhitungan rumus Hair, *et al.* (2010), formula ini digunakan untuk populasi yang tidak diketahui.

$$N = \{ 5 \text{ sampai } 10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan} \}$$
$$N = 5 \times 20$$
$$N = 100$$

Dari perhitungan di atas dapat diketahui bahwa sampel minimum yang dapat digunakan pada penelitian ini adalah sebesar 100 responden.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data menurut Sugiyono (2022) Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel, apabila instrumen tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. Teknik pengumpulan data ini sebenarnya dapat dilakukan berbagai cara, dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data primer yaitu data asli.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara membuat pertanyaan atau kuesioner yang akan dibagikan kepada para responden yang menjadi objek penelitian ini. Responden akan diminta untuk memilih salah satu jawaban yang telah dipersiapkan pada lembar kuisisioner.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Untuk memahami arti setiap variabelnya, perlu dilakukan analisis terlebih dahulu. Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur sebuah variabel. Dengan demikian maka

diharapkan penulis mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini digunakan dua jenis variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

3.5.1. Variabel Bebas

Yang disebut dengan variabel bebas (*independent variabel*) atau lebih dikenal sebutan variabel X adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variabel*) atau variabel Y. Pada penelitian ini digunakan variabel bebas kualitas layanan, kualitas produk, dan harga, yang penulis definisikan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan (Kashmir 2017:47). Lima indikator Kualitas Pelayanan disebutkan oleh Fitzsimmons dalam Zaenal Mukarom dan Muhibudin (2015:108) antara lain adalah sebagai berikut:

- a. *Reliability*, adalah yang ditunjukkan dengan penyediaan Kualitas Pelayanan yang tepat dan benar.
- b. *Tangible* ditandai dengan ketersediaan sumber daya lainnya yang memadai.
- c. *Responsif* ditandai dengan keinginan untuk melayani pelanggan dengan cepat.
- d. *Assurance* ditandai dengan tingkat perhatian terhadap etika dan moral dalam memberikan kualitas pelayanan.
- e. Empati ditandai dengan tingkat kemauan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan.

2. Kualitas Produk

Kemampuan sebuah produk untuk memenuhi fungsinya, seperti ketahanan, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan kemampuan reparasi, serta atribut lainnya, dikenal sebagai kualitas produk.

Indikator kualitas produk menurut Kotler (2013:149) adalah:

1. *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.

2. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya produk.
3. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
7. *Perceived quality* (kesan kualitas). sering dibilang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.
8. *Serviceability* (kemampuan melayani), meliputi kecepatan dan kemudahan untuk direparasi, serta kompetensi dan keramahan staf layanan.

3. Harga

Harga merupakan sebuah kesepakatan mengenai transaksi jual belibarang atau jasa dan disetujui oleh kedua belah pihak.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:78) terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga, masyarakat bisa menjangkau biaya jasa yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan
3. Kesesuaian harga dengan manfaat
4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga, sehingga masyarakat dapat melakukan pertimbangan dengan membandingkan biaya *treatment* antar tempat.

3.5.2. Variabel Terikat

Variabel terikat (*dependent variabel*). Dapat diartikan sebagai variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain, seperti variabel bebas(*independent variabel*).

Dalam penelitian ini digunakan kepuasan konsumen pelanggan. Kepuasan pelanggan terjadi ketika kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi oleh produk atau jasa yang berkualitas (Sudaryono, 2016).

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi yang didapatkan dari pelayanan serta pengalaman pemakaian produk. Apabila hasil yang dirasakan di bawah harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas, namun sebaliknya bila hasilnya sesuai harapan maka pelanggan akan merasakan kepuasan. Pengukuran kepuasan pelanggan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 3 indikator (Irawan,2008) yaitu :

- a. Perasaan puas akan produk atau jasa pelayanannya.
- b. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk.
- c. Selalu membeli produk.

Guna memahami lebih dalam tentang variabel, definisi variabel, indikator dan pengukurannya, maka dapat dilihat pada rangkuman dibawah ini :

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas pelayanan diartikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan (Kashmir,2017:47).	1. Reliability 2. Tangible 3. Responsif 4. Assurance 5. Empati	Skala Likert
Kualitas Produk (X ₂)	Kemampuan sebuah produk untuk memenuhi fungsinya, seperti ketahanan, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan kemampuan reparasi, serta atribut lainnya, dikenal sebagai kualitas produk (kotler 2013:146)	1. Performance (kinerja) 2. Durability (daya tahan) 3. Kesesuaian dengan spesifikasi 4.Features (fitur) 5.Reability (reabilitas) 6. Aesthetics (estetika) 7. Kesan Kualitas 8. Kemampuan melayani.	Skala Likert

Harga (X_3)	Kotler (2019:67) menyatakan harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen lain menghasilkan biaya.	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan 3. Kesesuaian harga dengan manfaat 4. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.	Skala Likert
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan pelanggan terjadi ketika kebutuhan dan keinginan pelanggan terpenuhi oleh produk atau jasa yang berkualitas (Sudaryono, 2016). Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi yang didapatkan dari pelayanan serta pengalaman pemakaian produk.	1. Perasaan puas akan produk atau jasa pelayanannya. 2. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk. 3. Selalu membeli produk.	Skala Likert

Sumber : Peneliti (2024)

3.6. Teknik Analilis Data

Dalam teknik analisis data ini penulis menggunakannya untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data yang terkumpul diolah dan ditarik kesimpulan berdasarkan jenis dan metode penelitian yang digunakan penulis untuk dapat mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini.

3.6.1. Skala dan Angka Penafsiran

Seperti yang telah diketahui, bahwa dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, maka jenis penilaian yang penulis gunakan adalah skala likert. Dalam skala likert, variabel yan diukur akan dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator akan menjadi titik tolak untuk menyusun instrumen yang akan dibuat menjadi pernyataan. Dalam hal ini, terdapat 5 (lima) gradasi dari skala likert, yaitu:

1. Sangat Tidak Setuju (Skor 1)
2. Tidak Setuju (Skor 2)
3. Netral (Skor 3)
4. Setuju (Skor 4)
5. Sangat Setuju (Skor 5)

Guna menentukan gradasi pada hasil jawaban responden pada kuesioner maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran ini digunakan untuk mengolah data mentah yang telah dikelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir dari jawaban responden, apakah sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, atau sangat setuju atas pernyataan yang diajukan dalam bentuk kuesioner. Indikator disini dijadikan tolak ukur untuk menyusun butir butir instrumen yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan.

Penentuan interval angka penafsiran dilakukan dengan cara mengurangi skor tertinggi dengan skor terendah dibagi dengan jumlah skor sehingga diperoleh interval penafsiran seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini :

$$\begin{aligned}\text{Interval Angka Penafsiran} &= (\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}) / n \\ &= (5 - 1) / 5 \\ &= 0,80\end{aligned}$$

Tabel 3. 3 Angka Penafsiran

INTERVAL PENAFSIRAN	KATEGORI
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Hasil penelitian, 2024 (Data diolah)

Adapun berikut rumus penafsiran yang digunakan adalah:

Keterangan:

M = Angka penafsiran

f = Frekuensi jawaban

x = Skala nilai

n = Jumlah seluruh jawaban

$$M = \frac{\sum f(x)}{n}$$

3.6.2. Persamaan Regresi

Dengan demikian Penulis akan memilih analisis regresi berganda untuk digunakan pada penelitian ini. Analisis regresi berganda merupakan alat analisis untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi ganda adalah analisis statistik yang menghubungkan antara dua variabel *independent* atau lebih (X_1 , X_2 , ... , X_i) dengan variabel *dependent* Y (Lupiyoadi dan Ridho, 2015:157). Untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas

dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel terikat (Kepuasan Pelanggan Christgea Beauty Studio)

a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)

b₁...b₄ = Koefisien regresi (konstanta) X₁, X₂, X₃

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Kualitas Produk

X₃ = H a r g a

E = Standar erorr

Sumber: Sujaweni (2019: 227)

Meski demikian, pada penelitian ini penulis menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) yang dijadikan sebagai alat penghitung analisis regresi linier berganda sebagai tindakan efisiensi dan keakuratan hasil. Adapun sebelum melakukan analisis regresi linier berganda ini, sebelumnya penulis akan melakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan uji reliabilitas, lalu melakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Dan yang terakhir, penulis akan melakukan uji hipotesis berupa uji F (uji simultan), koefisien determinasi, dan uji t (uji parsial) terhadap data yang diperoleh.

3.6.3. Uji Kualitas Data

Dalam mengukur sebuah variabel yang digunakan dalam instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas data yang diperoleh dengan tujuan mengetahui apakah instrumen yang diunakan valid dan reliabel karena data yang diolah sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji kualitas hal ini merupakan langkah pertama yang akan penulis laksanakan. Sugiarto (2017:205) menyatakan, bahwa Data yang valid adalah data yang akurat atau data yang tepat. Sementara itu, uji validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi atau arti sebenarnya yang diukur. Validitas dalam penelitian mempresentasikan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Semakin tinggi ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti, maka akan semakin tinggi validitas datanya.

Arikunto dalam Unaradjan (2013:164) menyatakan bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur. Dimana Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Maka dari itu, hal pertama yang harus dilakukan adalah mencari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara total keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan total skor yang merupakan jumlah tiap skor butir adapun dengan rumus *Pearson Product Moment*, yaitu :

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{hitung} = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat
 $\sum X_i$ = Jumlah skor item
 $\sum Y_i$ = Jumlah skor total (sebuah item)
 N = Jumlah responden

Sumber: Sujarweni (2019:108)

Dengan demikian dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) agar dapat melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Correlation* pada tabel *Item-Total Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika $r_{hitung} > 0,3$. Uji validitas merupakan pemeriksaan kualitas pertama yang penulis lakukan. Sugiarto (2017:205) menyatakan data yang valid adalah data yang akurat atau tepat.

Sekaligus uji validitas dalam penelitian menunjukkan derajat keakuratan alat ukur penelitian dalam kaitannya dengan isi atau makna sebenarnya yang diukur. Validitas dcdalam penelitian mewakili tingkat keakuratan antara data yang diberikan tentang subjek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.

Semakin tinggi keakuratan antara data yang diperoleh tentang subjek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti, maka semakin tinggi pula keabsahan data tersebut.

2. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, maka langkah selanjutnya pada uji kualitas data ialah uji reliabilitas. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang konsisten. Artinya berapa pun banyaknya pengulangan yang dilakukan dengan menggunakan instrumen tersebut, maka kesimpulan yang akan diperoleh tetap sama,

walaupun perolehan angka nominalnya tidak harus sama. Meski begitu harus diingat bahwa data yang reliabel belum tentu valid (Sugiarto, 2017:209).

Uji reliabilitas ini memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat konsentrasi kuesioner dalam penggunaannya. Dalam uji reliabilitas juga digunakan teknik *Alpha Cronbach*, ialah suatu instrumen dapat dikatakan handal (*reliabel*) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha, seperti dibawah ini :

Keterangan:

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah variabel skor setiap item

S_t = Varians total

k = Banyaknya butir pertanyaan

Sumber: Sujarweni (2019:110)

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t} \right)$$

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) untuk menghitung uji reliabilitas. Uji yang dilakukan untuk melihat reliabel atau tidaknya butir pernyataan/indikator kuesioner maka dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* yang tertera pada tabel *Reability Statistics* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS, jika nilai *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal (*reliabel*) sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

3.6.4. Uji Asumsi klasik

Uji selanjutnya yaitu uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik ini merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi linier berganda khususnya yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantaranya meliputi :

- 1) Uji normalitas
- 2) Uji multikolinieritas
- 3) Uji heteroskedastisitas
- 4) Uji autokorelasi
- 5) Uji linieritas.

Namun demikian dalam penelitian ini hanya digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021 : 196) uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel residual berdistribusi secara normal dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik mempunyai variabel residual yang berdistribusi secara normal.

Pada uji normalitas, data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) digunakan untuk menghasilkan sebuah persamaan regresi. Dalam hal ini, persamaan regresi dapat dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau bahkan normal. Hal tujuan mengetahui apakah sebaran data itu normal atau tidak.

Dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) dengan menggunakan pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan Kolmogorov-Smirnov Test. Pada penelitian ini akan digunakan pendekatan histogram dan pendekatan Kolmogorov-Smirnov Test. Data variabel bebas dan variabel terikat dikatakan berdistribusi normal jika gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri. (Ghozali, 2018:137) Uji Kolmogorov-Smirnov Test digunakan sebagai uji untuk mengetahui apakah data normal atau tidak pada SPSS 25 dengan menggunakan data residual sebagai nilai dalam pengujian.

2. Uji Multikolinieritas

Pada uji multikolinieritas ini digunakan untuk analisis regresi linier berganda dengan menggunakan dua variabel bebas atau lebih ($X_1, X_2, X_3, \dots X_n$) yang dihitung dengan cara diukur tingkat keeratan pengaruh variabel bebas melalui besaran koefisien korelasi (r). Dalam penelitian ini akan dilakukan uji multikolinieritas dengan cara melihat nilai tolerance dan VIF yang terdapat pada tabel *Coefficients* hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Dikatakan terjadi multikolinieritas jika nilai *tolerance* $< 0,1$ atau $VIF > 5$ (Ghozali dalam sujarwerni, 2019:227).

Adapun Tujuan dari uji multikolinieritas ini, ialah untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel bebas yang mempunyai hubungan dengan variabel bebas lainnya. Ada *rules of thumb* bahwa suatu model mengandung masalah multikolinieritas apabila model tersebut memiliki R^2 tinggi (misalnya diatas 0,8), namun tingkat signifikan variabel-variabel penjelasnya berdasarkan uji t statistik sangat sedikit (Gujarati dalam Purwanto dan Dyah, 2017:198). Adapun cara mudah untuk mengatasi masalah multikolinieritas adalah dengan menghilangkan/men-drop salah satu atau beberapa variabel yang memiliki korelasi tinggi dalam model regresi. Cara lain bisa dengan

menambah data penelitian, cara ini bermanfaat jika masalah multikolinieritas akibat kesalahan sampel.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pada Uji selanjutnya yaitu Uji heteroskedastisitas ini, menurut Ghazali (2017:47) heteroskedastisitas memiliki arti bahwa terdapat varian variabel pada model regresi yang tidak sama. Apabila terjadi sebaliknya varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama maka disebut homoskedastitas. Untuk mendeteksi adanya masalah heteroskedastitas dapat menggunakan metode analisis grafik.

Uji heteroskedastisitas ini penulis lakukan bertujuan agar mengetahui terdapatnya perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *studentized delete residual* nilai tersebut. Pada prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama diantara anggota grup tersebut. Jika varians sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas) dan ini yang seharusnya terjadi. Sedangkan jika varian tidak sama maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas (Ghozali dalam Sujarweni, 2019:226).

Cara untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* maupun dengan uji statistik misalnya uji glejser ataupun uji park, adapun Uji Spearman Rho dilakukan dengan cara mengkorelasikan nilai *absolut residual* dengan masing-masing variabel independen (X). Namun dalam penelitian ini digunakan SPSS dengan pendekatan grafik yaitu dengan melihat pola gambar *scatterplot* yang dihasilkan SPSS tersebut. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik yang ada menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan di kanan maupun kiri angka nol sumbu X. Dan pendekatan Spearman Rho yaitu dengan membandingkan nilai sig. (2-tailed) dengan α (0.05) :

1. Jika nilai sig. (2-tailed) $> \alpha$ (0.05) maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai sig. (2-tailed) $< \alpha$ (0.05) maka terjadi heteroskedastisitas. (Sihabudin *et al*, 2021:138).

Dikatakan juga bahwa suatu model regresi mengandung masalah heteroskedastisitas artinya varian variabel tersebut tidak konstan. Masalah heteroskedastisitas sering muncul dalam data *cross section*. Data silang tempat (*cross section*) sering memunculkan masalah heteroskedastisitas karena variasi unit

individu. Akibat adanya masalah heteroskedastisitas ini adalah varian penaksirannya tidak minimum sehingga penaksir/estimator dalam model regresi menjadi tidak efisien.

Diagnosa adanya masalah heteroskedastisitas adalah dengan uji korelasi ranking Spearman. Penguji ini menggunakan distribusi “t” dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel. Jika nilai thitung lebih besar dari ttabel maka menolak H_0 dan menerima H_a , artinya model regresi mengandung masalah heteroskedastisitas. Salah satu menghilangkan heteroskedastisitas adalah mentransformasi nilai variabel menjadi bentuk logaritma (Purwanto dan Dyah, 2017:199).

3.6.5. Uji Hipotesis

Selanjutnya yaitu uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial).

1. Uji Serempak/*Simultant* (Uji F)

Uji F adalah uji yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel X berpegaruh signifikan terhadap Y atau tidak. Dalam penelitian ini, uji F dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dapat digunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan :

F_{hitung} = Nilai F yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Sumber: Unaradjan (2013:207).

Dalam penelitian ini, semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel *Anova* hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut. Guna menguji kebenaran hipotesis

$H_0 : \beta_i = 0$; artinya variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

$H_a : \beta_i \neq 0$; artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut:

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variansnya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha = 0,05$ dengan ketentuan:

- a. $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Christgea beauty studio kota Bekasi

- b. $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Christgea beauty studio kota Bekasi.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) ini, bertujuan untuk mengetahui sebesar pengaruh variabel X terhadap Y. Nilai koefisien determinasi dinyatakan dalam bentuk persentase (%) sebagaimana besaran yang didapatkan dari hasil pengaruh variabel X yang diujikan, sedangkan sisanya berarti dipengaruhi oleh variabel X lainnya yang tidak diteliti dan digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$), yang berarti bahwa bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R Square* pada tabel *Model Summary*.

3. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan setiap variabel X secara masing-masing terhadap variabel Y. Dikatakan berpengaruh jika Nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

Keterangan:

t_{hitung} = Nilai t

b = Koefisien regresi X

se = Standar error koefisien regresi X

Sumber: Unaradjan (2013:73)

$$t_{hitung} = \frac{b}{se}$$

Adapun bentuk pengujiannya adalah:

- a. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$
Artinya variabel bebas yang diteliti secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.
- b. $H_a : \text{minimal satu } \beta_i \neq 0 \text{ dimana } i = 1,2,3,4$
Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

Uji t juga dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf nyata 5% ($\alpha 0,050$) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Christgea Beauty Studio* Kota Bekasi.
- b. $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di *Christgea Beauty Studio* Kota Bekasi.