

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Riset ini mengadopsi pendekatan kuantitatif. Berdasarkan pandangan Sugiyono (2017), metode kuantitatif berpijak pada paradigma positivisme dan dinyatakan sebagai metode ilmiah dikarenakan sesuai dengan prinsip-prinsip seperti objektivitas, keterukuran, rasionalitas, serta dapat diuji secara empiris dan sistematis. Pemilihan pendekatan ini bertujuan guna menguji hipotesis yang sudah ditetapkan sebelumnya, dengan fokus pada analisis terhadap populasi atau sampel tertentu, dan menggunakan data numerik dalam perhitungan statistik. Lebih lanjut, metode kuantitatif juga diterapkan dalam pengumpulan dan pengolahan data berupa angka atau statistik.

3.2 Objek Penelitian

Terdapat tiga variabel independen dalam riset ini diantaranya yaitu Persepsi Harga(X1), Fasilitas(X2), Kualitas Pelayanan(X3) serta variabel dependen yaitu Loyalitas Pelanggan(Y). Untuk responden dalam riset ini yaitu pelanggan Melinda Salon Dawuhan Lor.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Data primer dan sekunder dipergunakan dalam riset ini, dimana untuk data primer diperoleh dari pelanggan Melinda Salon langsung dengan kuesioner. Sementara itu, data sekunder dari literatur, jurnal, laporan, serta dokumen yang berkaitan terhadap subjek riset. Dengan menggunakan kedua jenis data ini,

tujuannya adalah mendapatkan informasi yang lengkap dan mendalam untuk mendukung temuan analisis penelitian.

a. Data Primer

Istilah “primer” merupakan kebalikan dari “sekunder”, yang mengacu pada sesuatu yang bersifat langsung, asli, dan berasal dari sumber utama. Dengan demikian, data primer mengarah terhadap informasi yang dikumpulkan langsung peneliti guna menjawab permasalahan yang spesifik dalam suatu riset. Dalam konteks studi pemasaran, peneliti adalah orang pertama yang memperoleh data primer secara langsung. Data ini dikumpulkan langsung dari sumber utama subjek penelitian oleh periset guna menjawab pertanyaan riset tertentu. Dalam studi ini, data primer didapat melalui kuesioner, wawancara tatap muka, dan survei. Temuan penelitian merupakan hasil tanggapan responden terhadap kuesioner yang disebarkan secara daring oleh riset kepada sejumlah partisipan melalui Google Forms, yang telah disesuaikan dengan target audiens. Seluruh responden ini dianggap sebagai populasi data penelitian, yaitu pelanggan Melinda Salon Dawuhan Lor.

b. Data Sekunder

Masruri (2019) mengungkapkan, data sekunder adalah informasi yang diperoleh dengan tidak langsung oleh peneliti, yaitu dengan perantara atau sumber data yang sudah pihak lain kumpulkan dan dokumentasikan, misalnya rekaman atau pengumpulan data yang dikerjakan oleh orang lain. Dalam riset ini, data sekunder didapat dari sumber-sumber yang tersedia secara luas, seperti situs internet, laporan riset terdahulu, dan artikel jurnal yang relevan terhadap objek riset.

3.3.2 Sumber Data

Berdasarkan kajian riset, sumber data merujuk pada informasi yang didapatkan melalui beragam sumber. Pada riset ini, data yang dipakai adalah data internal. Menurut Aglis Andhita Hatmawan (2020), data internal merupakan informasi yang mendeskripsikan kondisi suatu organisasi secara menyeluruh maupun secara spesifik. Data internal dari penelitian ini didapatkan melalui pelanggan Melinda Salon yang dikumpulkan dengan kuesioner, di mana para responden diminta guna mengisi kuesioner tersebut di tempat yang telah disiapkan.

3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi mengacu pada seluruh elemen yang menjadi dasar penentuan cakupan ruang generalisasi, di mana setiap elemen populasi merupakan semua responden atau objek yang akan diukur, serta unit yang diteliti. Dalam konteks ini, populasi dipahami dengan keseluruhan area generalisasi yang meliputi: objek atau individu yang telah ditentukan oleh periset guna dianalisis guna menghasilkan kesimpulan. Sehingga populasi tidak dibatasi hanya dengan manusia, namun mencakup juga objek dan elemen alami lainnya yang dipelajari. Populasi meliputi seluruh karakteristik ataupun atribut yang dari subjek ataupun objek yang menjadi fokus riset. Populasi yang diterapkan yakni pelanggan Melinda Salon Dawuhan Lor.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Dalam riset kuantitatif, sampel dimaknai dengan bagiannya populasi beserta ciri-ciri atau sifat-sifatnya. Untuk menentukan anggota sampel, berbagai metode penentuan sampel dapat diterapkan. Sampel sendiri yaitu sebagian kecil dari

populasi. Jika banyaknya populasi sangat besar dan periset tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh unsurnya akibat keterbatasan biaya, sumber daya manusia, maupun waktu, pengambilan sampel bisa dijadikan alternatif guna memperkirakan kesimpulan yang diberlakukan untuk semua populasi. Sehingga sampel yang dipilih harus betul-betul mewakili atau menggambarkan populasi (Sugiyono, 2020). Responden dalam riset ini adalah pelanggan Melinda Salon Dawuhan Lor.

Pada riset ini, peneliti menerapkan teknik *purposive sampling* atau sampling bertujuan secara subjektif sebagai cara penarikan sampel. Pemilihan metode ini didasarkan pada pertimbangan bahwa informasi yang diperlukan hanya bisa didapat melalui sasaran ataupun kelompok tertentu yang telah sesuai dengan kriteria penelitian. Dengan demikian, fokus penelitian diarahkan pada pelanggan Melinda Salon yang dipandang relevan atau memiliki keragaman data yang memadai.

Guna menetapkan jumlah sampel, periset mengacu pada cara yang dikemukakan oleh Roscoe dalam buku Sugiyono (2015) yang memberi sejumlah pedoman terkait besaran sampel, antara lain:

- a. Jumlah sampel yang ideal dalam riset berkisar antara 30 hingga 500.
- b. Bila sampel terbagi dalam sejumlah kategori (misalnya: laki-laki-perempuan, pegawai pemerintah-swasta, dan lainnya), anggota tiap kategori setidaknya 30.
- c. Bila riset menggunakan analisis multivariat (misal: regresi berganda ataupun korelasi), banyaknya sampel minimum 10 kali lipat dari variabel yang dipelajari. Contohnya, terdapat 5 variabel (independen dan dependen), berarti jumlah sampel minimal $10 \times 5 = 50$.

d. Pada riset percobaan sederhana yang melibatkan kelompok percobaan serta kontrol, jumlah sampel tiap kelompok sebaiknya diantara 10 hingga 20.

Mengacu pada pandangan Roscoe, penelitian ini menerapkan pedoman ketiga, yaitu dalam analisis regresi linier berganda, jumlah sampel ditentukan berdasarkan banyaknya variabel yang diteliti. Dalam hal ini, ada tiga variabel bebas berupa persepsi harga, fasilitas, serta kualitas pelayanan dengan satu variabel terikat berupa pelanggan. Oleh karena itu, jumlah sampel ditentukan dengan mengalikan total variabel (4) dengan 20, sehingga diperoleh 80 responden. Seluruh responden tersebut akan diminta untuk mengisi instrumen yang meliputi seluruh variabel yang tengah dipelajari.

Peneliti berpendapat, melalui menetapkan 20 responden untuk setiap variabel, estimasi koefisien regresi akan menjadi lebih stabil dan dapat dipercaya. Semakin banyak data yang dikumpulkan, semakin tepat pula model sampel yang dibangun. Hasil riset pun akan lebih bisa digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas apabila jumlah responden memadai. Oleh karena itu, riset memutuskan guna mengambil 20 responden per variabel sebagai acuan agar analisis regresi linier berganda berjalan optimal serta menghasilkan temuan yang valid dan reliabel.

Penulis menetapkan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria yang sesuai dengan tujuan riset yakni:

1. Berusia 15 tahun keatas, karena responden diatas usia tersebut sudah memahami isi kuesioner dan dapat memberikan jawaban yang relevan.
2. Pernah menggunakan jasa Melinda Salon minimal 3 kali, karena pelanggan yang telah menggunakan layanan sebanyak 3 kali dianggap memiliki

pengalaman yang cukup untuk menilai secara objektif persepsi harga, fasilitas dan kualitas pelayanan di Melinda Salon.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2018), variabel yakni sifat, karakteristik, ataupun ukuran suatu individu, objek, organisasi, ataupun aktivitas yang mempunyai suatu perbedaan tertentu dan ditentukan oleh periset untuk dipelajari serta dibentuk menjadi kesimpulan. Peneliti menerapkan variabel dependen (loyalitas pelanggan) dengan tiga variabel independen (Persepsi Harga, Fasilitas, dan Kualitas Layanan).

1. Variabel Independen

Sugiyono (2018) mengungkapkan, variabel independen yaitu variabel yang memberi pengaruh ataupun memicu perubahannya variabel dependen, dan dikenal juga dengan variabel prediktor, stimulus, ataupun variabel yang memberi pengaruh. Dalam riset ini, variabel independen meliputi Persepsi Harga(X1), Fasilitas(X2), serta Kualitas Pelayanan (X3).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen dinamakan juga variabel hasil, konsekuensi, ataupun kriteria, sebagai istilah yang sering dipergunakan dalam menggambarkan variabel dependen. Variabel ini merupakan hasil atau pengaruh dari keberadaan variabel independen yang dinamakan juga dengan variabel output. Loyalitas Pelanggan dalam hal ini diterapkan menjadi variabel dependen (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual yaitu penjelasan teoritis terkait sebuah konsep ataupun variabel dalam suatu penelitian, dimana menjelaskan makna umum dan luasnya. Definisi Konseptual yang diterapkan mencakup Persepsi Harga, Fasilitas, serta Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan :

a. Persepsi Harga

Persepsi Harga merupakan pandangan mengenai keselarasan antara kualitas produk dan harga pada kemampuan keuangan masing masing. Persepsi harga adalah pandangan tentang bagaimana kualitas produk dan harganya sesuai dengan kemampuan keuangan seseorang. Menurut (Amilia, 2017) Persepsi harga adalah ketika pelanggan menganggap harga termasuk tinggi, rendah, ataupun adil. Persepsi harga sangat mempengaruhi minat dan kepuasan pelanggan dalam membeli barang atau jasa tertentu. (Saputra & Ali, 2022)

b. Fasilitas

Fasilitas adalah bagian dari pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Menurut Suryosubroto (2010), fasilitas yakni seluruh hal yang bisa memperlancar ataupun mempermudah pelaksanaan suatu usaha, baik barang dan uang. Fasilitas yakni suatu yang harus dirawat dan diperhatikan dengan baik untuk dimanfaatkan dengan maksimal dalam jangka waktu yang panjang.

c. Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2016) menjelaskan, kualitas pelayanan yakni tingkat kemenangan yang diharapkan serta pengendalian untuk tingkat keunggulan itu guna memenuhi minat pelanggan. Seperti yang dikutip (Aloysius Rangga Aditya Naledra 2018) Kualitas pelayanan yakni faktor yang memberikan pengaruh untuk tingkat loyalitas pelanggan.

d. Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan yakni keputusan yang dipilih secara sukarela oleh pelanggan sebagai bukti kesetiaan mereka yang kuat terhadap suatu organisasi atau perusahaan dengan rentang waktu yang panjang. Karena loyalitas pelanggan sangat krusial untuk perusahaan dalam memastikan keberlangsungannya usahanya, perusahaan harus sangat berhati-hati dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Loyalitas selalu berkaitan pada pembelian aktual dan preferensi pelanggan. (Dwi Wahyuni 2017)

3.5.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional yakni penjabaran variabel penelitian ke dalam bentuk yang konkret dan terukur. Dengan adanya definisi ini, konsep yang awalnya bersifat abstrak dapat dijelaskan secara praktis, sehingga mempermudah peneliti dalam proses pengumpulan dan pengukuran data.

a. Persepsi Harga

Indikator adalah alat untuk mengukur kemampuan satu variabel terhadap variabel yang lain. Menurut P. Kotler & Amstrong dalam (Aprileny,dkk 2020) terdapat lima indikator yang persepsi harga, yaitu sebagai berikut :

1) Keterjangkauan harga

- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat
- 5) Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan

Menurut indikator persepsi harga tersebut maka kuesioner yang dapat disusun dalam riset ini :

- 1) Harga yang ditawarkan di Melinda Salon terjangkau.
- 2) Harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas layanan yang diterima di Melinda Salon.
- 3) Harga jasa Melinda Salon lebih kompetitif dibandingkan dengan salon lain di area yang sama.
- 4) Harga yang dibayar sebanding dengan manfaat yang saya dapatkan dari layanan Melinda Salon.
- 5) Harga yang ditawarkan mempengaruhi keputusan untuk menggunakan layanan Melinda Salon.

b. Fasilitas

Indikator fasilitas menurut Kotler dan Keller dalam (Maulidiah, dkk 2023) antara lain:

- 1) Kondisi fasilitas
- 2) Kelengkapan
- 3) Desain interior
- 4) Desain eksterior.

Berdasarkan indikator fasilitas tersebut maka kuesioner yang dapat disusun dalam riset ini :

- 1) Fasilitas di Melinda Salon dalam kondisi baik dan terawat.
- 2) Melinda Salon menyediakan semua fasilitas (alat dan produk) yang dibutuhkan pelanggan.
- 3) Desain interior Melinda Salon memberikan suasana yang nyaman.
- 4) Desain eksterior Melinda Salon menarik perhatian dan mengundang pelanggan.

c. Kualitas Pelayanan

Menurut Fitzsimmons dalam (Lathifa and Silvianita 2023) menjelaskan, Kualitas Pelayanan memiliki lima indikator berupa:

- 1) Reliability
- 2) Tangibles
- 3) Responsiveness
- 4) Assurance
- 5) Empati

Menurut indikator kualitas pelayanan tersebut maka kuesioner yang dapat disusun dalam riset ini :

- 1) Pelayanan yang dikasih Melinda Salon sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.
- 2) Melinda Salon menggunakan peralatan untuk pelayanan dalam kondisi baik dan lengkap.

- 3) Staf Melinda Salon menunjukkan sikap siap membantu saat saya membutuhkan bantuan.
- 4) Penanganan apabila ada keluhan di Melinda Salon dapat diberikan dengan pelayanan yang terbaik
- 5) Karyawan Melinda Salon melayani pelanggan dengan ramah serta sabar walaupun dalam keadaan ramai.

d. Loyalitas Pelanggan

Indikator loyalitas pelanggan menurut (Griffin, 2005) adalah:

- 1) Mengerjakan pembelian secara teratur.
- 2) Membeli antar lini produk atau jasa.
- 3) Mereferensikan kepada orang lain.
- 4) Menunjukkan kekebalan kepada tarikan dari pesaing.

Berdasarkan indikator loyalitas pelanggan tersebut maka kuesioner yang dapat disusun dalam riset ini :

- 1) Saya rutin mengunjungi Melinda Salon untuk mendapatkan layanan.
- 2) Saya mencoba lebih dari satu jenis layanan di Melinda Salon.
- 3) Saya merekomendasikan Melinda Salon kepada orang lain.
- 4) Saya tetap memilih Melinda Salon meskipun ada tawaran dari salon lain.

3.6 Instrumen Penelitian

Meriset yakni melakukan pengukuran yang menjadi tahapan penting sehingga dibutuhkan alat ukur yang sesuai. Instrumen riset merupakan sarana yang dipakai guna mengamati dan mengukur gejala alam maupun sosial yang menjadi fokus penelitian. Nilai variabel yang dianalisis berasal dari hasil pengukuran

menggunakan instrumen penelitian. Jumlah instrumen yang diperlukan guna riset bergantung pada banyaknya variabel yang hendak dianalisis (Sugiyono, 2018).

Instrumen dalam riset ini disusun menurut penanda faktor diantaranya yakni :

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
1	Persepsi Harga	1.Keterjangkauan harga	1.Harga yang ditawarkan di Melinda Salon terjangkau.	Ordinal	P. Kotler & Amstrong (2008)
		2.Kesesuaian harga dengan kualitas produk	2.Harga yang dibayarkan sesuai dengan kualitas layanan yang diterima di Melinda Salon.		
		3.Daya saing harga	3.Harga jasa Melinda Salon lebih kompetitif dibandingkan dengan salon lain di area yang sama.		
		4.Kesesuaian harga dengan manfaat	4.Harga yang dibayar sebanding dengan manfaat yang saya dapatkan dari layanan Melinda Salon.		
		5.Harga mempengaruhi keputusan konsumen.	5. Harga yang ditawarkan mempengaruhi keputusan untuk menggunakan layanan Melinda Salon.		
2	Fasilitas	1.Kondisi fasilitas	1.Fasilitas di Melinda Salon dalam kondisi baik.	Ordinal	Kotler dan Keller (2021)
		2.Kelengkapan 3.Desain interior 4.Desain eksterior.	2.Melinda Salon menyediakan semua fasilitas (alat produk) yang dibutuhkan pelanggan.		

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
			3.Desain interior Melinda Salon memberikan suasana yang nyaman.		
			4.Desain eksterior Melinda Salon menarik perhatian yang mengundang pelanggan.		
3	Kualitas Pelayanan	1.Reliability 2. Tangibles 3.Responsiveness 4. Assurance 5. Empati	1.Pelayanan yang diberikan Melinda Salon sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. 2. Melinda Salon menggunakan peralatan untuk pelayanan dalam kondisi baik dan lengkap. 3.Staf Melinda Salon menunjukkan sikap siap membantu saat saya membutuhkan bantuan. 4.Penanganan apabila ada keluhan di Melinda Salon dapat diberikan dengan pelayanan yang terbaik. 5.Karyawan Melinda Salon melayani pelanggan dengan ramah serta sabar walaupun dalam keadaan ramai.	Ordinal	Fitzsimmons dalam Mukarom dan Muhibudin (2015:108)
4	Loyalitas Pelanggan	1.Melakukan pembelian secara teratur. 2.Membeli antarlini produk atau jasa. 3.Mereferensikan kepada orang lain.	1.Saya rutin mengunjungi Melinda Salon untuk mendapatkan layanan.	Ordinal	Griffin (2005)

No	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala	Sumber
		4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.	2. Saya mencoba lebih dari satu jenis layanan di Melinda Salon. 3. Saya merekomendasikan Melinda Salon kepada orang lain. 4. Saya tetap memilih Melinda Salon meskipun ada tawaran dari salon lain.		

Sumber : Data yang relevan, Google Scholar

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuesioner

Kuesioner yakni cara pengumpulan data dimana informan diberi sekumpulan pernyataan maupun pertanyaan tertulis untuk mereka jawab (Sugiyono, 2011). Cara ini dianggap efektif jika periset memahami variabel yang ingin diteliti serta hal apakah yang diharapkan melalui informan. Jika jumlah partisipan yang terlibat besar dan tersebar secara geografis, kuesioner juga sangat cocok. Instrumen ini dapat terdiri dari pertanyaan tertutup atau terbuka dan bisa dikasih secara tatap muka kepada responden atau didistribusikan melalui internet, surat, atau surel. Kuesioner sangat efisien untuk mengeksplorasi variabel penelitian dan memahami ekspektasi partisipan. Dalam penelitian ini, kuesioner didistribusikan kepada pelanggan Melinda Salon Dawuhan Lor.

Dalam riset ini, peneliti secara khusus menetapkan fenomena sosial ini sebagai fokus analisis. Menurut Sugiyono (2018), skala Likert dipakai guna menilai sikap, opini, serta persepsi seorang ataupun sekelompok individu terhadap peristiwa

sosial. Skala Likert menguraikan variabel yang diukur ke dalam indikator-indikator tertentu, yang kemudian dipergunakan dasar guna membentuk butir instrumen, baik berbentuk pernyataan maupun pertanyaan. Setiap jawaban pada butir instrumen tersebut mempunyai spektrum nilai mulai dari sangat positif hingga sangat negatif.

Adapun bentuk dari Skala Likert seperti berikut :

1) Sangat Setuju	5
2) Setuju	4
3) Netral	3
4) Tidak setuju	2
5) Sangat tidak setuju	1

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data yakni proses menganalisis informasi dengan penerapan statistik. Pemilihan alat analisis dengan memakai uji statistik bisa dikerjakan secara manual atau dengan bantuan software. Tentu saja, hal ini disesuaikan dengan kebutuhan penelitian serta jumlah data yang akan dianalisis. Kesesuaian penggunaan perangkat uji untuk menganalisis data akan sangat mempengaruhi apakah hasil penelitian itu bias atau tidak. Oleh karena itu, peneliti perlu benar-benar memahami instrumen pengujian yang dipakai sesuai dengan maksud penelitian. (Paramita, Rizal, and Sulistyan 2021)

3.8.1 Uji Instrumen

Sebelum mengerjakan uji untuk hipotesis, penting untuk memastikan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data dari responden telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Hal ini didasarkan pada asumsi bahwa

data yang akurat dan konsisten sangat diperlukan sebagai dasar dalam proses pengujian hipotesis pada langkah selanjutnya:

a. Uji Validitas

Menurut (Widodo et al. 2023) Validitas yakni indikator yang menunjukkan keakuratan atau validitas suatu alat ukur. Uji validitas berkaitan dengan sejauh mana instrumen tersebut mampu menjalankan fungsinya secara efektif, karena validitas sendiri merupakan tolok ukur yang menunjukkan keakuratan atau validitas instrumen tersebut. Sebuah alat ukur dinyatakan valid bila dapat mengukur objek atau hal yang semestinya diukur, misalnya, mengukur massa suatu benda menggunakan neraca.

Guna menilai apakah suatu instrumen bersifat valid, dilakukan perhitungan terhadap koefisien korelasi (r -hitung). Nilai ini selanjutnya dibandingkan terhadap angka kritis pada tabel Pearson (r -tabel) berdasarkan jumlah data (n) dan tingkat relevansi yang umum dipakai, yaitu 5% atau 0,05. Instrumen ditetapkan valid apabila mendapatkan r -hitung lebih tinggi daripada r -tabel sesuai kriteria yang sudah ditentukan:

- 1) Instrumen ditetapkan valid, bilamana $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$
- 2) Instrumen ditetapkan valid, bilamana $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Widodo et al. 2023) Reliabilitas dinyatakan melalui suatu angka, umumnya berupa koefisien. Koefisien yang besar menandakan tingkat reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa alat ukur memiliki konsistensi dalam menghasilkan data. Reliabilitas merujuk pada kestabilan hasil ketika suatu

fenomena diuji atau diamati berulang kali dalam waktu yang berbeda. Salah satu cara guna menguji reliabilitas yaitu melalui penggunaan rumus Cronbach's Alpha. Pengujiannya menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Jika nilai reliabilitas berdasarkan *Cronbach Alpha* adalah $\geq 0,60$, instrumen dianggap reliabel, namun nilai reliabilitas $\leq 0,60$ instrumen tidak reliabel.

Tabel 3.2 Indeks Kriteria Reliabilitas

Interval	Tingkat Reliabilitas
<0,200	Tidak Reliabel
0,200 – 0,399	Kurang Reliabel
0,400 – 0,599	Cukup Reliabel
0,600 – 0,799	Reliabel
0,800 – 1,000	Sangat Reliabel

Sumber : Widodo *et al.* (2023)

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian Asumsi Klasik diperlukan guna memastikan bahwasanya model yang didapatkan mampu memberikan estimasi yang konsisten sekaligus akurat. Beberapa uji asumsi klasik yang umum dikerjakan meliputi: uji normalitas, uji multikolinearitas, serta uji heteroskedastisitas. (Ghozali, 2018).

a. Uji Normalitas

Ghozali (2018) menjelaskan, tujuan uji normalitas yakni guna menentukan apakah model, nilai residual, ataupun variabel pengganggu mengikuti pola distribusi normal (distribusi normal). Rumus Kolmogorov-Smirnov dengan kondisi data adalah rumus yang digunakan pada pengujian ini:

- 1) Jika taraf signifikansi (α) $\geq 0,05$ berarti data terdistribusi normal.
- 2) Jika taraf signifikansi (α) $\leq 0,05$ berarti data tidak terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Guna mengetahui sejauh mana model regresi mampu menggambarkan hubungan antar variabel bebas, digunakan analisis multikolinearitas. Indikasi adanya multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai *tolerance* serta *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mencerminkan sebesar apakah proporsi variabilitas dari sebuah variabel bebas yang tidak dipengaruhi variabel bebas lain pada model. Nilai VIF sebesar 0,10 digunakan untuk mengidentifikasi adanya gejala multikolinearitas. (Ghazali, 2018)

c. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2018) menjelaskan, uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengidentifikasi apakah ada ketidakkonsistenan varians dari residual antar pengamatan pada model. Apabila varians residual sifatnya bersifat tetap antar pengamatan, maka situasi itu dinamakan homoskedastisitas. Sebaliknya, bila terdapat terjadi fluktuasi pada varian residual, dinamakan heteroskedastisitas.

Model dianggap baik bila sesuai dengan asumsi homoskedastisitas, artinya tidak mengandung heteroskedastisitas pada datanya. Guna mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas, langkah awal yang dilakukan adalah dengan mengamati pola visual dengan grafik scatterplot. Grafik ini memberikan gambaran hubungan diantara nilai prediksi dari variabel dependen (ZPRED) yang ditempatkan pada sumbu Y dan nilai residual yang telah distandardisasi (SRESID) dalam sumbu X. Residual tersebut mencerminkan selisih antara nilai aktual dan nilai prediksi yang

telah disesuaikan secara statistik. Proses penilaian terhadap keberadaan heteroskedastisitas dilakukan dengan menginterpretasikan pola distribusi titik-titik pada grafik tersebut sebagai berikut:

- 1) Apabila persebaran titik pada grafik menunjukkan pola tertentu seperti membentuk lengkungan, melebar kemudian mengecil, atau menyerupai bentuk kipas maka kondisi ini mengindikasikan adanya gejala heteroskedastisitas pada model.
- 2) Kebalikannya, bila titik-titik itu menyebar dengan acak di sekitaran sumbu Y, berada di bawah serta atas nol tanpa membentuk pola teratur, bisa dipahami model tidak mengalami heteroskedastisitas serta telah memenuhi asumsi homoskedastisitas.

3.8.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan guna mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan guna memprediksi nilai dari variabel dependen, apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan (Indartini & Mutmainah, 2024).

Persamaan regresilinear berganda sebagai berikut:

$$LP = a + b_1 PH + b_2 F + b_3 KP + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Pelanggan

X₁ = Persepsi Harga

X_2 = Fasilitas

X_3 = Kualitas Pelayanan

Y = Loyalitas Pelanggan

a = konstanta

e = error

Dengan memakai analisis regresi linear berganda ini, memungkinkan untuk menentukan variabel independen seperti persepsi harga, fasilitas dan kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh besar kepada variabel dependen atau loyalitas pelanggan.

3.8.4 Uji Kelayakan Model

a. Uji F

Pengujian kelayakan model regresi dilakukan melalui analisis statistik F, yang bertujuan untuk menilai apakah model yang dibangun relevan dalam menjelaskan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Sebuah model dianggap layak apabila hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi F lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$). Nilai ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen secara simultan mempunyai efek yang berarti kepada variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai relevansi F melebihi batas tersebut, maka model dinilai tidak layak untuk digunakan dalam menjelaskan hubungan yang dimaksud. Informasi ini umumnya diperoleh dari hasil analisis pada tabel ANOVA. (Purnomo, 2016).

b. Koefisien Determinasi (R^2)

(Indartini & Mutmainah, 2024) menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa jauh data independen dapat menjelaskan data dependen.

Item ini menunjukkan seberapa besar kapasitas variabel independen (bebas) untuk menjelaskan bagaimana variabel dependen (terikat) berubah. Adjusted R-Square adalah tolak ukur nilai koefisien determinasi ini.

Nilai R-square meningkat seiring dengan jumlah variabel bebas, sehingga dibutuhkan faktor koreksi untuk mendapatkan nilai sebenarnya. Pengaruh penambahan variabel akan dikurangi oleh faktor koreksi sehingga angka murni dapat dilihat. Jadi, dalam riset ini, R² dipakai guna mengukur besarnya persentase dari aspek Persepsi Harga(X1), Fasilitas(X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) kepada aspek loyalitas Pelanggan (Y) Melinda Salon Dawuhan Lor.

3.8.5 Uji Hipotesis

Setelah dilakukannya analisis regresi linear berganda, kemudian dikerjakan pengujian hipotesis yang dipakai guna mengetahui apakah ada efek antara variabel independen (persepsi harga, fasilitas dan kualitas pelayanan) kepada variabel dependen (loyalitas pelanggan secara parsial).

a. Uji t (Uji Parsial)

(Purnomo, 2016) menyatakan bahwa uji t (uji koefisien regresi secara parsial) diimplementasikan guna mengetahui apakah secara parsial variabel independen berefek secara relevan atau tidak signifikan kepada variabel dependen, dengan memakai tingkat relevansi 0,05. Adapun tahapan pengujian hipotesis seperti berikut:

1) Merumuskan Hipotesis

a) Hipotesis pertama

H_0 : Tidak ada pengaruh aspek Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan di Melinda Salon.

H_1 : Terdapat pengaruh aspek Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan di Melinda Salon.

b) Hipotesis kedua

H_0 : Tidak ada pengaruh aspek Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan di Melinda Salon.

H_2 : Terdapat pengaruh aspek Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan di Melinda Salon.

c) Hipotesis ketiga

H_0 : Tidak ada pengaruh aspek Kualitas Pelayanan kepada Loyalitas Pelanggan di Melinda Salon.

H_3 : Terdapat efek aspek Kualitas Pelayanan kepada Loyalitas Pelanggan di Melinda Salon

2) Menentukan level of relevan dengan $\alpha=5\%$ atau 0,05.

3) Menentukan besaran nilai ttabel

4) Membuat kesimpulan yaitu dengan membandingkan hasil thitung dan ttabel.

Apabila hasil $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} \leq -t_{tabel}$, maka hipotesis diterima yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Sedangkan apabila hasil $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka hipotesis ditolak yang berarti H_a ditolak dan H_0 diterima.

