

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam melaksanakan studi, penting bagi pengkaji untuk menentukan pendekatan yang selaras dengan permasalahan yang diteliti. Pemilihan pendekatan ini berguna untuk memahami permasalahan secara mendalam dan menentukan solusi yang tepat. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif, yang lazimnya diklasifikasikan sebagai cara kuno mengingat penerapannya yang telah berlangsung lama. Dimplementasikan serta melekat sebagai komponen dalam kebiasaan dalam dunia penelitian. Pendekatan ini kerap diasosiasikan dengan paradigma positivistik karena berpijak pada dasar-dasar filsafat positivisme. Selain itu, karena digunakan untuk menguji dan mengonfirmasi hipotesis, metode ini kerap kali disebut metode konfirmatif. Dinamakan pendekatan numerik ini digunakan lantaran informasi yang dihimpun berbentuk data kuantitatif dan diolah dengan bantuan statistik (Sugiyono, 2019:13).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ialah entitas atau gejala yang dijadikan pusat perhatian dalam suatu telaah ilmiah, yang ditentukan untuk memberikan batasan jelas mengenai apa yang akan diteliti. Subjek kajian dalam riset ini mencakup variabel bebas, yakni Lokasi (X1), *Word of mouth* (X2), dan Fasilitas (X3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan penggunaan jasa (Y) pada Damini Barbershop. Dengan subjek penelitian dalam penelitian ini adalah konsumen pada Damini Barbershop Jenis Dan Sumber Data

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis data

Data yang dimanfaatkan dalam studi ini merupakan data primer. Data primer bertujuan pada himpunan informasi yang dihimpun dan diproses secara langsung oleh penyelidik dari objeknya.

Dalam studi ini, data primer jenis data yang dimanfaatkan ialah hasil penarikan informasi dari survei kuisioner oleh responden yaitu konsumen pada Damini Barbershop Lumajang. Data ini memuat tanggapan yang disampaikan oleh partisipan terhadap poin-poin pernyataan yang diajukan oleh peneliti didalam kuisioner. Pernyataan tersebut berhubungan erat dengan Lokasi, *Word of mouth* dan Fasilitas terhadap keputusan penggunaan jasa

3.3.2 Sumber Data

Sumber data adalah informasi yang dikumpulkan dari macam-macam asal, baik yang berasal dari lingkungan luar entitas usaha serta dari dalam entitas usaha itu sendiri, tergantung pada fokus penelitian yang dilakukan. Data eksternal merujuk pada informasi yang diperoleh dari pihak luar entitas usaha, sementara data internal berasal dari aktivitas atau informasi yang ada di dalam perusahaan. Pada kajian ini mengandalkan tipe data yang dihimpun secara internal, yaitu data yang mencerminkan kondisi, kegiatan, atau informasi yang terjadi di dalam suatu organisasi atau perusahaan.

3.4 Populasi Sampel, Dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Dalam pendekatan studi kuantitatif populasi diartikan sebagai dkeseluruhan

cakupan inferensi yang mencakup atas suatu objek serta subjek yang memiliki kuantifikasi dan identitas unik, yang ditentukan diperuntukkan oleh pengkaji guna diteliti lalu disimpulkan dan dijadikan dasar penelitian (Sugiyono, 2019:135). Sedangkan menurut (Paramitha et al, 2021:59) populasi merupakan himpunan dari berbagai unsur berupa kejadian, entitas, maupun individu yang memiliki atribut serupa dan menjadi fokus perhatian individu penelaah, karena dianggap bagi cakupan total dari ruang lingkup penyelidikannya.

Dapat disimpulkan dari definisi diatas bahwa populasi diartikan sebagai totalitas elemen objek yang berperan sebagai sumber informasi, yang memiliki atribut khas dalam suatu studi, serta menjadi sorotan dalam batasan konteks ruang dan tempo yang telah ditetapkan. Pada kajian ini, entitas yang tergolong sebagai populasi ialah konsumen Damini Barbershop sejumlah 80 orang.

3.4.2 Sampel dan Teknik Sampling

Menurut (Paramitha et al 2021:60) sampel yaitu bagian kecil dari populasi yang mewakili keseluruhan populasi tersebut. Pemilihan sampel dilakukan karena dalam banyak situasi, peneliti tidak memungkinkan untuk meneliti semua anggota populasi. Ketika ukuran populasi terlalu besar, menjadi tidak realistis atau tidak efisien bagi peneliti untuk mempelajari semuanya secara langsung.

Karena adanya hambatan dalam hal anggaran, sumber daya manusia, serta keterbatasan durasi, maka peneliti memanfaatkan sampel yang dipetik dari populasi bersangkutan. Unit contoh yang dihimpun tersebut wajib benar-benar mencerminkan keseluruhan populasi atau bersifat representatif.

Pada riset ini, pendekatan pemilihan unit contoh yang diterapkan ialah teknik

sampling probabilistik dengan jenis simple random sampling. Probability sampling merupakan teknik penarikan contoh yang menjamin peluang sama bagi setiap unsur dalam himpunan populasi guna tersaring sebagai bagian dari sampel. Sementara itu, simple random sampling merupakan pendekatan yang diterapkan secara undian tanpa mengindahkan pertimbangan tingkatan atau kelompok tertentu dalam populasi, sehingga setiap individu memiliki kesempatan yang setara untuk dipilih. (Sugiyono, 2019:139). Sampel yang dipakai dalam studi ini adalah konsumen di Damini Barbershop.

Metode penentuan sampel ini memakai rumus Roscoe. Berdasarkan buku *Research Methods For Business* yang dikutip oleh Sugiyono (2017), rumus Roscoe menetapkan persyaratan mengenai ukuran sampel untuk studi sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang sesuai dalam studi ini berkisar dari 30 hingga 500.
- b. Jika sampel dibagi ke dalam golongan (seperti pria dan wanita, dll), maka jumlah sampel dalam setiap golongan harus minimal 30
- c. Jika dalam penelitian akan dilakukan analisis multivariate, maka jumlah personel sampel harus minimal 10 kali lipat dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya, jika terdapat 5 variabel penelitian (4 variabel bebas dan 1 variabel terikat), maka jumlah personel sampel yang diperlukan adalah $10 \times 5 = 50$.
- d. Guna studi eksperimen yang sederhana, jika memfungsikan pengendalian eksperimen yang serius, jumlah personel sampel masing-masing berkisar antara 10 hingga 20.

Rumus Roscoe:

$$R = n \times <10$$

Keterangan:

n : variabel

<10 : dikalikan dengan minimal 10

$$R = 4 \times 20 = 80$$

Dari penjelasan di atas, perhitungannya adalah sebagai berikut:

Penelitian ini menggunakan regresi berganda yang melibatkan tiga variabel independen serta satu variabel dependen. Maka dari itu, diperlukan minimal 80 sampel, dengan perhitungan 20 sampel guna setiap variabel (20×4). Penggunaan 20 sampel dalam rumus Roscoe bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan reliabilitas data penelitian. Semakin besar jumlah sampel yang diterapkan, kian optimal kualitas hasil studi sama dengan hipotesis yang sudah ditetapkan. Oleh karena itu, keseluruhan partisipan yang dilibatkan dalam studi ini berjumlah 80 individu.

3.5 Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, Dan Definisi Operasional

3.5.1 Variabel Penelitian

Menurut (Paramitha, 2021) variabel penelitian yakni suatu yang menjadi titik sorot dalam telaah ilmiah, variabel adalah unsur yang turut andil dalam proses investigasi atau fenomena yang sedang ditelaah. Agar eksplorasi ilmiah lebih terarah dan bermula serta berakhir pada fokus yang konkret, maka kajian tersebut perlu direduksi ke dalam konstruksi variabel yang terdefinisi dengan baik.

a. Variabel independen

Variabel independen yakni variabel yang memberikan dampak terhadap variabel terikat, baik dalam bentuk dorongan yang konstruktif maupun sebaliknya,

dikenal sebagai variabel bebas. Entitas ini turut mengelaborasi arah penanganan permasalahan, dan kerap disebut sebagai variabel prediktif atau unsur eksogen. (Paramitha, et al 2021). Dalam variabel independen terdiri dari Lokasi (X1), *Word of mouth* (X2) dan Fasilitas (X3).

b. Variabel dependen

Variabel ini menurut (Sugiyono, 2019), sering dijuluki sebagai variabel keluaran maupun indikator hasil, dalam padanan bahasa Indonesia istilah ini dikenal sebagai variabel terikat. Variabel ini adalah unsur yang terpengaruh atau menjadi konsekuensi dari eksistensi variabel bebas. Dalam riset ini, unsur yang berperan sebagai variabel dependen yaitu keputusan dalam memanfaatkan layanan (Y).

3.5.2 Definisi Konseptual

a. Lokasi (X1)

Menurut (Lupiyoadi, 2013) lokasi merupakan pengambilan keputusan yang dibuat entitas usaha yang berkenaan dimana letak perusahaan ditempatkan. Lokasi yang strategis akan memudahkan akses pasar yang dapat memberi pengaruh dalam meraih setiap kemungkinan yang mungkin dilakukan.

b. *Word of mouth* (X2)

Menurut Kloter dan Keller, 2009:512 *Word of mouth* merupakan aktivitas distribusi informasi pemasaran melalui jalur antarindividu, baik dalam bentuk tuturan, naskah tertulis, maupun sarana komunikasi digital, yang berkaitan dengan impresi terhadap akuisisi dan pemanfaatan produk.

c. Fasilitas (X3)

Menurut Kotler, 2013:45 fasilitas yaitu serangkaian kelengkapan berwujud yang disiapkan oleh penyedia atau pelaksana layanan guna menunjang kemudahan dan ketenteraman pihak pengguna.

d. Keputusan pembelian (Y)

Menurut Kotler & Keller (2016:179), keputusan pembelian berkaitan dengan cara individu, kelompok, maupun organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, serta mengevaluasi barang, jasa, ide, atau pengalaman guna memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka.

3.5.3 Definisi Operasional

Menurut (Paramitha, et al 2021:42) yaitu menguraikan cara suatu konstruk akan direalisasikan atau ditakar nilainya dalam konteks investigasi ilmiah.

a. Lokasi

Menurut (Lupiyoadi, 2013) lokasi merupakan pengambilan keputusan yang dibuat entitas usaha yang berkenaan dimana letak perusahaan ditempatkan.

Menurut (Amalia & Maskur, 2023) terdapat 4 indikator lokasi yaitu :

1. Lokasi yang mudah dijangkau
2. Ketersediaan lahan parkir
3. Tempat yang cukup
4. Lingkungan sekitar yang nyaman

b. Word of mouth

Word of mouth dan penggunaan produk. Menurut Babin (2016) pada penelitiannya mengukur *Word of mouth* dengan indikator sebagai berikut :

1. Kemauan konsumen membicarakan produk hal positif

2. Mempromosikan kepada orang lain
3. Merekomendasikan terhadap individu lain
4. Dorongan terhadap teman guna membeli terhadap layanan entitas usaha.

c. Fasilitas

Menurut Kotler, 2013:45 Fasilitas mencakup segala bentuk perlengkapan fisik yang disiapkan oleh penyedia atau pemilik layanan guna menunjang kenyamanan pengguna.

alam riset ini, tolok ukur fasilitas merujuk pada pemaparan (Rodríguez, Velastequí, 2019) yang menguraikan sejumlah aspek esensial yang mesti diperhatikan dalam penyelenggaraan sarana tersebut.:

1. Kenyamanan
2. Kondisi fasilitas
3. Kemudahan menggunakan fasilitas
4. Kelengkapam fasilitas

d. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian menurut Tjiptono (2015) keputusan pembelian ialah suatu rangkaian tahapan di mana individu sebagai klien mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, menelusuri informasi terkait produk atau jenama tertentu, lalu menilai sejauh mana tiap opsi tersebut dapat memenuhi kebutuhannya, hingga akhirnya bermuara pada pengambilan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller & (2009:356) keputusan pembelian dipengaruhi oleh stimulus yang meliputi produk, harga, distribusi, dan promosi.

Indikator keputusan pembelian menurut (Kotler & Keller, 2016:87), antara lain

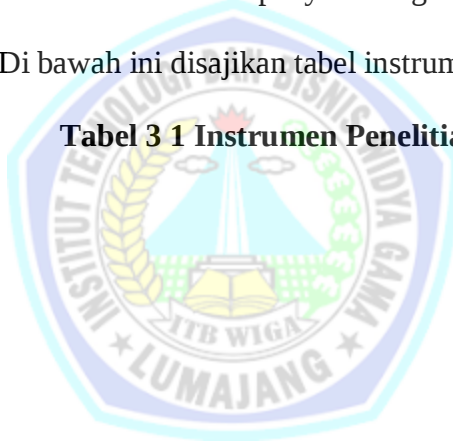
:

1. Pengenalan masalah
2. Pemilihan tempat penyalur pencarian informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Perilaku setelah pembelian

3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran

(Sugiyono, 2019:156) mengatakan bahwa instrumen penelitian merupakan perangkat pengukur seperti uji, angket, panduan tanya jawab, serta pedoman pengamatan yang dimanfaatkan oleh penyelidik guna menghimpun informasi dalam suatu kajian. Di bawah ini disajikan tabel instrumen pada jenjang skalah

Tabel 3 1 Instrumen Penelitian



Variabel	Indikator	Instumen	Skala	Sumber
Lokasi	Lokasi yang mudah dijangkau	Lokasi tempat ini mudah diakses oleh kendaraan pribadi maupun transportasi umum	Likert	(Amalia & Maskur, 2023)
	Ketersediaan lahan parkir	Fasilitas parkir yang tersedia cukup memadai untuk menampung kendaraan pengunjung.		
	Tempat yang cukup	Tempat ini memiliki ruang yang cukup untuk menampung seluruh aktivitas atau pengunjung yang hadir.		
	Lingkungan sekitar yang nyaman	Lingkungan di sekitar tempat ini terasa nyaman dan mendukung kegiatan yang dilakukan.		
Word Mount	Of Lingkungan di sekitar tempat ini terasa nyaman dan mendukung kegiatan yang dilakukan.	Saya merasa lingkungan di sekitar tempat ini nyaman dan mendukung untuk melakukan berbagai aktivitas	Likert	Babin (2016)
	Mempromosikan kepada orang lain	Saya bersedia mempromosikan tempat atau layanan ini kepada orang lain		
	Merekomendasikan terhadap orang lain	Saya akan merekomendasikan tempat atau layanan ini kepada teman atau keluarga		
	Dorongan terhadap teman untuk melakukan pembelian terhadap perusahaan jasa	Saya mendorong teman atau orang lain untuk menggunakan jasa dari perusahaan ini		

Fasilitas	Kenyaman	Saya merasa nyaman saat menggunakan fasilitas yang tersedia di barbershop, seperti kursi potong yang ergonomis, ruang tunggu yang nyaman, dan hiburan seperti TV atau musik	Likert	(Rodríguez, Velastequí, 2019)
	Kondisi fasilitas	Fasilitas yang disediakan berada dalam kondisi baik dan layak pakai.		
	Kemudahan menggunakan fasilitas	Fasilitas tambahan, seperti kursi potong, cermin, dan perlengkapan perawatan mudah digunakan oleh semua pelanggan, termasuk pemula.		
	Kelengkapan fasilitas	Semua fasilitas yang dibutuhkan tersedia secara lengkap di tempat ini.		
Keputusan Menggunakan Jasa.	Pengenalan masalah	Saya menyadari kebutuhan atau masalah tertentu sebelum memutuskan untuk melakukan menggunakan jasa.	Likert	Kotler & Keller, 2016:87
	Pemilihan tempat penyalur pencarian	Saya mempertimbangkan lokasi atau tempat penyedia jasa saat mencari informasi.		
	Evaluasi alternatif	Saya membandingkan beberapa pilihan produk/jasa sebelum memutuskan untuk membeli.		
	Perilaku setelah menggunakan jasa.	Saya merasa puas dengan keputusan menggunakan jasa yang saya pilih.		

Menurut (Sugiyono, 2019) menguraikan bahwa skala pengukuran merupakan

suatu konvensi yang dijadikan acuan dalam menentukan jarak antar tingkatan. Oleh karena itu, penerapan instrumen tersebut akan melahirkan data dalam bentuk numerik. Pada riset ini diaplikasikan skala Likert sebagai alat penakar, skala *likert* ialah skala pengukuran yang dipakai guna mengevaluasi sikap atau opini individu terhadap suatu pernyataan.

3.7 Metode Pengumpulan Data

3.7.1 Kuisioner

(Creswel, 2012) menyatakan bahwa kuisioner adalah metode penggalan data ini dilakukan dengan cara para partisipan mengisi jawaban atas butir-butir pertanyaan yang telah disediakan, kemudian setelah seluruh isian dilengkapi, dikembalikan kepada penyelidik. Angket merupakan pendekatan akuisisi data yang dilaksanakan melalui penyampaian sejumlah item tanya atau pernyataan tertulis kepada informan guna memperoleh tanggapan mereka. (Sugiyono, 2019:216).

Kuisioner pada penelitian ini disebarkan pada 60 klien di Damini Barbershop, guna mendapatkan Informasi yang presisi dari partisipan mengenai mutu layanan, nominal harga, serta keberadaan geografis dalam kaitannya dengan penentuan pembelian.

studi melaksanakan proses kuantifikasi data dengan menetapkan bobot pada tiap respons yang disampaikan oleh informan. Penentuan skor dalam studi ini mengacu pada pemanfaatan skala Likert sebagai alat pengukurnya. Menurut (Sugiyono, 2019:165) skala *likert* dimanfaatkan sebagai sarana dalam merancang perangkat ukur yang bertujuan untuk menilai kecenderungan, pandangan, serta opini individu maupun kolektif terhadap potensi dan isu yang melekat pada suatu entitas, adapun skala *likert* sebagai berikut :

a.	Sangat Tidak Setuju (STS)	Skor	1
b.	Tidak Setuju (TS)	Skor	2
c.	Netral (N)	Skor	3
d.	Setuju (S)	Skor	4
e.	Sangat Setuju (SS)	Skor	5

Tabel 3 2 Skala likert

3.8 Teknik Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2019) menyatakan bahwa dalam penelitian kuantitatif, metode pengolahan data yang diaplikasikan telah ditentukan secara eksplisit, yakni bertujuan untuk merespons formulasi permasalahan maupun dugaan sementara (hipotesis) yang diangkat dalam karya ilmiah ini.

Dalam studi ini, pendekatan analitik yang diterapkan ialah regresi linier multipel, yang berlandaskan pada relasi asosiatif-kausal guna mengidentifikasi variabel independen serta mengontrol variabel dependen. Sebelum pelaksanaan analisis dan uji pengaruh, instrumen kuisioner terlebih dahulu harus dilengkapi guna mengkaji validitas serta reliabilitasnya. Proses analisis serta pengujian efek dilakukan dengan mengacu pada asas-asas pokok dalam regresi linier ganda, yang mencakup asumsi bahwa data bersifat distribusi normal serta bebas dari gejala multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Tahap tahapan yang ditempuh antara lain:

1. Mengumpulkan data penelitian yang dibutuhkan terkait variabel penelitian, meliputi variabel bebas serta variabel terikat.
2. Melakukan penentuan populasi dalam studi yang selanjutnya diambil beberapa guna jadi sampel penelitian.
3. Penyebaran kuisioner kepada responden.

4. Mengolah data berdasarkan variabel penelitian, yakni kualitas pelayanan, harga dan lokasi.
5. Melakukan analisis data dengan melakukan uji instrument yakni uji validitas dan reabilitas.
6. Melakukan uji asumsi klasiknya yaitu (Normalitas data, Multikolinieritas, Heteroskedastisitas).
7. Menjelaskan temuan peneliti yang mendukung atau tidak mendukung hipotesis sebelumnya.
8. Menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh.

3.8.1 Uji Instrumen

Dalam penelitian ini instrumen penelitian yang digunakan agar dapat diakui atau norma instrumen pengukuran yang digunakan yaitu wajib melalui uji validitas dan reabilitas. tahapan sebelum verifikasi hipotesis mencakup pemeriksaan reliabilitas dan validitas reabilitas dilakukan terhadap kuisioner yang Instrumen ini akan dimanfaatkan guna menghimpun informasi dari partisipan, dengan prasyarat mendasar bahwa kuesioner tersebut harus menghasilkan data yang sah serta reliabel untuk menunjang pengujian hipotesis pada fase selanjutnya.

a. Uji Validitas

Uji validitas Instrumen kuisioner dimanfaatkan untuk menilai kelayakan atau tidaknya butir pertanyaan dalam mencerminkan konstruk yang hendak digali. Suatu kuisioner dinyatakan absah apabila butir-butir di dalamnya mampu mengartikulasikan secara tepat apa yang hendak diukur. Pada penelitian ini,

pengujian validitas dipaparkan melalui pendekatan *Pearson Product Moment*, yang dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi antara skor masing-masing butir dengan total skor dari butir-butir lainnya dalam variabel yang sama. Total skor item merupakan akumulasi dari seluruh pertanyaan dalam satu konstruk tertentu. Berdasarkan pandangan (Gunawan, 2018) terdapat dua pendekatan dalam menetapkan validitas suatu item, yakni:

1. Dengan melihat nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka item tidak valid.
2. Membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $> r$ tabel maka item dinyatakan valid serta sebaliknya jika r hitung $< r$ tabel maka item tidak valid.

b. Uji Realibilitas

Menurut (Gunawan, 2018) uji reliabilitas merupakan indikator kestabilan internal serta konsistensi respons terhadap pernyataan-pernyataan yang dirancang dalam format terstruktur, yang berfungsi sebagai tolok ukur dari suatu variabel dan dituangkan dalam instrumen kuisioner. Uji keterandalan dalam studi ini dilakukan melalui pendekatan *Cronbach's Alpha*. Parameter pengujian menurut (Gunawan, 2018) mengevaluasi derajat keterandalan dengan memakai tolok ukur sebagai berikut:

Tabel 3.3 indeks kriteria realibilitas

Interval Alpha Cronbach's	Tingkat Realibilitas
0,00 – 0,19	Sangat Rendah
0,20 – 0,39	Rendah
0,40 – 0,59	Cukup
0,60 – 0,79	Tinggi
0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ialah tahapan praanalitis yang dilaksanakan sebelum melangkah ke pengolahan data secara lebih mendalam. Tujuan dari prosedur ini adalah untuk menjamin bahwa model regresi yang diperoleh bersifat presisi dalam melakukan estimasi, tidak bias, serta menunjukkan konsistensi. Dalam kajian ini, sejumlah pengujian terhadap asumsi klasik akan diterapkan, antara lain pemeriksaan kenormalan distribusi data, identifikasi gejala multikolinearitas, serta deteksi heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas Data

Uji kenormalan ialah prosedur analitis yang diterapkan terhadap sekumpulan data guna mengidentifikasi apakah distribusinya dapat digolongkan sebagai normal atau tidak. Pada riset ini, pengujian tersebut dilaksanakan dengan pendekatan P-P Plot of Regression Standardized Residual. Uji normalitas melalui pendekatan ini dilakukan dengan mengamati pola penyebaran data terhadap garis diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Apabila titik-titik data tersebar mendekati serta mengikuti alur diagonal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi yang bersifat normal. (Gunawan, 2018).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolonieritas adalah pengujian ini bertujuan untuk menelaah apakah dalam model regresi terdapat interkoneksi antar variabel bebas. Sebuah model regresi yang layak idealnya tidak mengandung relasi semacam itu, karena hal tersebut mengindikasikan adanya gejala multikolinearitas. Dalam penelitian ini, keberadaan multikolinearitas diidentifikasi melalui pengamatan terhadap nilai

tolerance serta *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai VIF berada di bawah ambang 10 (<10) dan nilai *tolerance* melebihi 0,1 ($>0,1$), maka dapat dinyatakan bahwa multikolinearitas tidak ditemukan dalam model. (Gunawan, 2018)

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan bentuk pengujian yang dimaksudkan untuk menelusuri apakah dalam model regresi terjadi ketidakseimbangan ragam pada nilai residual antara satu unit observasi dengan unit observasi lainnya. Ketidaksamaan varians tersebut dikenal dengan istilah heteroskedastisitas, yang muncul ketika fluktuasi residual berbeda antar pengamatan. Sebaliknya, apabila penyebaran nilai residual bersifat seragam atau konstan dari satu observasi ke observasi lainnya, maka kondisi ini disebut homoskedastisitas. Dalam penelitian ini pengujian heteroskedastisitas menggunakan metode *scattplot*, yang menyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik tidak membentuk pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu (Gunawan, 2018).

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Gunawan, 2018) analisis ini dimanfaatkan untuk mengestimasi daya interaksi antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Dalam riset ini, regresi linear berganda diaplikasikan guna mengevaluasi sejauh mana kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen (Lokasi, *Word of mouth*, *fasilitas*) terhadap variabel dependen (keputusan penggunaan jasa).

Rumus persamaan regresi linier berganda :

$$Y = \alpha + \beta_1 . X_1 + \beta_2 . X_2 + \beta_3 . X_3$$

Y = Variabel dependen (keputusan pembelian)

α	= Konstanta
β	= Koefisien regresi
X_1	=Lokasi
X_2	= <i>Word of mouth</i>
X_3	=Fasilitas

3.8.4 Uji Hipotesis

Setelah analisis linier, pengujian hipotesis dilakukan guna mengetahui apakah variabel independen (kualitas pelayanan, harga dan lokasi) berdampak parsial terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

a. Uji T (Parsial)

Untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (Lokasi, *Word of mouth*, Fasilitas) dan variabel dependen (keputusan penggunaan jasa) secara parsial, maka dilakukan uji t. Berikut dasar pengambilan keputusan uji t.

1) Merumuskan hipotesis

H_1 = Terdapat pengaruh signifikan Lokasi terhadap keputusan

Penggunaan jasa Damini Barbershop

H_2 = Terdapat pengaruh signifikan *Word of mouth* terhadap keputusan penggunaan jasa Damini Barbershop

H_3 = Terdapat pengaruh signifikan Fasilitas terhadap keputusan penggunaan jasa Damini Barbershop

Berdasarkan nilai signifikansi (sig)

Jika nilai signifikansi (Sig) < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis diterima

Jika nilai signifikansi (Sig) > probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis ditolak

2) Berdasarkan perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel}

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ada pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis diterima.

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka ada pengaruh antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis ditolak.

3.8.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) ialah pendekatan yang bermanfaat untuk menelaah sejauh mana proporsi sumbangan efek yang ditimbulkan oleh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Koefisien determinasi (R^2) yang dipakai adalah R Square. Besarnya nilai R square terletak pada angka 0 sampai angka 1. Jika nilai determinasi dalam sebuah pengukur mendekati 1, dapat dikatakan Variabel terikat dapat dijelaskan secara memadai oleh variabel bebas apabila nilai koefisien determinasi mendekati satu. Sebaliknya, apabila nilai koefisien determinasi cenderung menjauh dari satu atau mendekati nol, maka kualitas penjelasannya tergolong rendah. Besaran koefisien determinasi didapatkan melalui pengkuadratan nilai koefisien korelasi, kemudian dikalikan sebesar 100% (Paramitha, 2021). Koefisien ini dimanfaatkan untuk mengestimasi derajat kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, yakni Lokasi, WOM dan fasilitas terhadap variabel dependen yaitu keputusan penggunaan layanan DaminiBarbershop.