

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Metode Penelitian Kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiono dalam Madyan (2018:100) yaitu : “Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Menurut Sugiyono dalam Istiqomah (2019:557) penelitian asosiatif yaitu “Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih”. Penelitian asosiatif memiliki tingkatan yang lebih tinggi apabila dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif. Lebih lanjut Sugiyono dalam Istiqomah (2019:557) menjelaskan bahwa “Dengan penelitian asosiatif maka dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala”. Hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi disini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi).

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis asosiatif kausal. Metode penelitian 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 statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jadi, jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, karena data yang menjadi objek dalam penelitian ini merupakan data-data kuantitatif seperti Harga, kualitas produk, media sosial instagram, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara yang digunakan peneliti dalam menentukan langkah-langkah yang akan ditempuh untuk memperoleh data dan

informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian *explanatory Survey* sehingga dapat diperoleh informasi yang tepat dan faktual mengenai pengaruh Harga, Kualitas Produk, Media Sosial Instagram dan kepuasan pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan Pada produk skincare Rannia di Kota Metro. Pada penelitian ini menggunakan pengolahan data yang terdapat pada SPSS 25.

C. Definisi Operasional Variabel

Variable terdiri dari variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiyono dalam Fitrianiingsih (2019:37) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen (bebas). Sesuai dengan penelitian ini, maka dipaparkan berikut ini.

1. Variabel Independen (X)

Variabel Independen (variabel bebas) yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terkait yang biasanya disimbolkan sebagai variabel X. dalam penelitian ini variabel bebas yang dimaksud adalah:

a. Variabel X1 Harga

1. Definisi Konseptual

Harga yaitu biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh barang atau jasa serta pelayanannya. Yang dimaksud harga dalam penelitian ini adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk membeli produk di klinik Rannia Beauty Skin Metro. Meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga dan Harga kompetitif bila dibandingkan dengan produk lain yang sejenis

2. Definisi Operasional

Biaya yang dikeluarkan oleh konsumen untuk memperoleh barang atau jasa serta pelayanan tersebut meliputi indikator yang ada yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga dan Harga kompetitif bila dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Indikator ini akan dibuatkan soal dengan menggunakan skala likert yang akan dibagikan kepada pelanggan.

b. Variabel X2 Kualitas Produk

1. Definisi Konseptual

Kualitas produk yang baik dan aman tentunya akan membuat pelanggan tertarik sehingga bersedia untuk melakukan pembelian ulang. Yang dimaksud kualitas produk dalam penelitian ini yaitu kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya. meliputi variasi produk, Daya tahan produk, keamanan produk, Kinerja produk.

2. Definisi Operasional

Kualitas produk yaitu kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi indikator yang ada yaitu variasi produk, Daya tahan produk, keamanan produk, Kinerja produk. Indikator ini akan dibuatkan soal dengan menggunakan skala likert yang akan dibagikan kepada pelanggan.

c. Variabel X3 Media Sosial Instagram

1. Definisi Konseptual

Media sosial instagram merupakan media yang memungkinkan pengguna untuk mewakili dirinya untuk berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual dengan begitu pelanggan akan selalu merasa diperhatikan. Media sosial instagram digunakan Rannia Beauty Skin Metro untuk selalu menumbuhkan sikap setia pelanggan dengan meliputi Selalu memberikan konten yang menarik dan informasi terbaru, Komunikasi yang baik antara admin media sosial perusahaan dengan pelanggan, Keahlian memberikan arahan kepada konsumen baru dan lama.

2. Definisi Operasional

Media sosial instagram digunakan Rannia Beauty Skin Metro untuk selalu menumbuhkan sikap setia pelanggan dengan meliputi indikator Selalu memberikan konten yang menarik dan informasi terbaru, Komunikasi yang baik antara admin media sosial perusahaan dengan pelanggan, Keahlian memberikan arahan kepada konsumen baru dan lama. Indikator ini akan dibuatkan soal dengan menggunakan skala likert yang akan dibagikan kepada pelanggan.

d. Variabel X4 Kepuasan Pelanggan

1. Definisi Konseptual

Kepuasan pelanggan diukur dari sejauh mana harapan pelanggan terhadap kinerja produk atau jasa yang diberikan telah sesuai dengan aktual produk atau jasa yang dia harapkan dan dia rasakan. Jika pelanggan sudah memiliki rasa puas yang sangat tinggi otomatis pelanggan akan melakukan pembelian secara berulang. Meliputi Kesesuaian antara harapan dan kinerja, perbandingan produk dengan produk ideal menurut persepsi konsumen dan Layanan baik yang diberikan oleh Rannia Beauty Skin.

2. Definisi Operasional

Kepuasan diukur dari sejauh mana harapan pelanggan terhadap kinerja produk atau jasa yang diberikan telah sesuai dengan aktual produk yang ia rasakan meliputi indikator Kesesuaian antara harapan dan kinerja, perbandingan produk dengan produk ideal menurut persepsi konsumen dan Layanan baik yang diberikan oleh Rannia Beauty Skin. Indikator ini akan dibuatkan soal dengan menggunakan skala likert yang akan dibagikan kepada pelanggan.

2. Variabel Dependen (Y)

Variabel Dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah :

a. Variabel Y Loyalitas Pelanggan

1. Definisi Konseptual

Loyalitas pelanggan yaitu komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek ataupun toko diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Yang dimaksud loyalitas pelanggan dalam penelitian ini adalah kesetiaan pelanggan dan minat pembelian ulang dalam mengkonsumsi produk Rannia Beauty Skin meliputi tidak beralih dan tidak bosan, Komitmen, Merekomendasikan produk kepada orang lain.

2. Definisi Operasional

Kecenderungan pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut secara berulang-ulang meliputi indikator Tidak beralih dan tidak bosan, Komitmen, Merekomendasikan produk kepada orang lain. Indikator ini akan dibuatkan soal dengan menggunakan skala likert yang akan dibagikan kepada pelanggan.

Tabel 3. Kisi-kisi Kuisisioner

| No | Variabel | Indikator | Butir Angket Kuisisioner |
|----|------------------------|--|--|
| 1. | Harga | a. Keterjangkauan harga b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk c. Daya saing harga d. Harga kompetitif dengan produk yang sejenis | 1,2,3,4,5,6,7 8,9,10 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20 |
| 2. | Kualitas Produk | a. Variasi produk b. Daya tahan produk c. Keamanan produk d. Kinerja produk | 1,2,3,4,5 6,7,8,9 10,11,12,13,14,15, 16,17,18,19,20 |
| 3. | Media Sosial Instagram | a. Selalu memberikan konten yang menarik dan informasi yang baru b. Komunikasi yang baik c. Keahlian memberikan arahan | 1,2,3,4,5,6,7 8,9,10,11,12,13,14 15,16,17,18,19,20 |
| 4. | Kepuasan Pelanggan | a. Kesesuaian antara harapan dengan kinerja b. Perbandingan produk dengan produk ideal menurut persepsi pelanggan c. Kualitas pelayanan yang diberikan | 1,2,3,4,5,6,7,8 9,10,11,12 13,14,15,16,17,18,19,20 |
| 5. | Loyalitas Pelanggan | a. Tidak beralih dan tidak bosan terhadap produknya b. Komitmen dalam melakukan pembelian secara berulang c. Merekomendasikan produk kepada orang lain | 1,2,3,4,5,6 7,8,9,10,11,12,13 14,15,16,17,18,19,20 |

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono dalam Sela (2018:2371) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi menunjukkan keadaan sejumlah objek dalam penelitian secara keseluruhan yang memiliki karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan yang menggunakan produk maupun jasa klinik kecantikan Rannia Beauty Skin Metro pada tahun 2021 yang berjumlah 12.022 orang .

2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono dalam Imron (2019:21) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, karena itu sampel yang diambil harus mewakili. Menurut Suharsimi dalam Darma (2016:172), mengatakan bahwa “ sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi”.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan yang menggunakan produk maupun jasa klinik kecantikan Rannia Beauty Skin Metro pada tahun 2021 yang berjumlah 12.022 orang. Data dari kuisioner yang diisi oleh pelanggan Rannia Beauty Skin diketahui sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum dibutuhkan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

E : Alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Sehingga berdasarkan rumus di atas, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{12.022}{1+(12.022 \times 0,1^2)}$$

n = 99,175 (dibulatkan menjadi 100 responden)

E. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu merupakan data yang didapat langsung dari sumber, yaitu dari individu atau perseorangan, seperti dari wawancara maupun hasil dari pengisian kuisisioner. Dalam penelitian ini, data primer didapat dari hasil wawancara dengan pemilik perusahaan dan juga hasil pengisian kuisisioner oleh konsumen atau pelanggan klinik kecantikan Rannia Beauty Skin. Tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh faktor harga, kualitas produk, media sosial instagram dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk skincare Rannia.

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang dilakukan ada beberapa cara, yaitu:

1. Wawancara

Wawancara atau interview adalah kegiatan Tanya-jawab yang dilakukan secara lisan untuk memperoleh suatu informasi. Bentuk informasi yang diperoleh dinyatakan dalam tulisan, atau direkam secara audio, visual, atau audio visual. Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan Tanya jawab dan sambil bertatap muka antara penannya dan responden yang menjadi pelanggan di klinik kecantikan Rannia Beauty Skin serta dilakukan juga antara penannya dengan pihak obyek penelitian guna memperoleh data yang diperlukan dan mendukung kelengkapan data.

2. Observasi

Teknik observasi berperan serta dalam teknik pengumpulan data penelitian ini, dimana peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Sambil melakukan pengamatan, juga melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, dan ikut merasakan suka dukanya karena peneliti termasuk aktif didalam objek penelitian.

3. Kuisisioner

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden yang membeli produk skincare di klinik kecantikan Rannia Beauty Skin dengan mengisi serta mengikuti panduan yang ada pada kuisisioner. Adapun prosedur dalam metode pengumpulan data ini, yaitu : membagikan kuisisioner tersebut; lalu responden diminta mengisi kuisisioner pada lembar jawaban yang telah disediakan; kemudian lembar kuisisioner dikumpulkan, diseleksi, diolah, dan dianalisis. Kuisisioner disusun dalam bentuk pilihan ganda dan berdasarkan

dengan indikator-indikator yang ada. Semua variabel diukur oleh instrument pengukur dalam bentuk kuisioner yang diberikan kepada responden berupa pertanyaan dengan jawaban tipe skala likert dan masing-masing jawaban mempunyai skor yang berbeda. Selain berupa pertanyaan sikap, skala likert bisa juga membuat pilihan berupa frekuensi (sangat setuju sekali, sangat setuju, setuju, ragu-ragu dan tidak setuju). Skor atas pilihan jawaban untuk kuisioner yang diajukan untuk pertanyaan positif dan negative dituangkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Alternatif Jawaban

| No | Jawaban Responden | Skor | |
|----|----------------------|---------|---------|
| | | Positif | Negatif |
| A | Sangat Setuju Sekali | 5 | 1 |
| B | Sangat Setuju | 4 | 2 |
| C | Setuju | 3 | 3 |
| D | Ragu-ragu | 2 | 4 |
| E | Tidak Setuju | 1 | 5 |

F. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Persyaratan Instrumen

Uji persyaratan analisis diperlukan guna mengetahui apakah data untuk pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak. Beberapa teknik analisis data berasal dari pOpulasi yang berdistribusi normal dan kelompok-kelompok yang dibandingkan homogennya.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Naskah, 2018:36). Agar diperoleh kevalidan kuesioner, maka sebelum digunakan sebagai alat pengumpul data dilakukan uji coba. Pada penelitian ini uji vaiditas akan dilakukan dengan bantuan program SPSS (Statistical Package for Social Sciences). Pda uji validitas ini menggunakan teknik korelasi product moment. Teknik product moment ini adalah mengkorelasikan skor item dengan skor total. Suatu item valid atau ggur adalah dengan membandingkan antara r hitung dengan r tabel dimana r hitung lebih besar dari r tabel. Rumus dari korelasi product moment dari person yaitu:

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

Keterangan :

- r hitung : Koefisien korelasi
 $\sum X$: Jumlah skor item
 $\sum Y$: Jumlah skor total
 N : Jumlah responden

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliabel hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama, selama aspek yang diukur dalam dari subjek memang belum berubah. Uji reliabilitas hanya dapat dilakukan setelah suatu instrument telah dipastikan validitasnya. Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dari konsistensi respin dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuisisioner. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuisisioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus koefisien Alpha Cronbach. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0,60 (Ghozali, 2011:42).

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_{bt}^2} \right]$$

Dimana :

- r₁₁ : Reliabilitas instrument/koefisien reliabilitas
 k : Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal
 $\sum \sigma b^2$: Jumlah varians butir
 σ_{bt}^2 : Varians total

2. Pengujian Persyaratan Analisis

Uji persyaratan analisis dilakukan dengan maksud memberikan gambaran tentang sejauh mana persyaratan telah dipenuhi sesuai dengan teknik analisis yang telah direncanakan. Berdasarkan tujuan penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda, sedangkan asumsi yang harus dipenuhi adalah (1) distribusi bersyarat variabel dependen bagi tiap kombinasi variabel independen memiliki variansi yang sama, (2) nilai-nilai

variabel dependen harus independen antara satu dengan yang lain.

Berikut beberapa pengujian yang harus dipenuhi sebelum analisis dilakukan antara lain uji normalitas, uji linieritas dan uji homogenitas.

a. Uji Normalitas

Menurut Suwanto (2020:56) Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data berskala ordinal, interval ataupun rasio. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi, yaitu data berasal dari distribusi yang normal jika data tidak berdistribusi normal maka metode alternative yang digunakan yaitu statistic non parametric.

Pengujian normalitas distribusi dapat dilihat dari nilai pada *Kolmogrov-Smirnov*. Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih dari 0,05.

b. Uji linieritas

Uji linearitas adalah sifat hubungan yang linear antar variabel, artinya setiap perubahan yang terjadi pada satu variabel akan diikuti perubahan dengan besaran yang sejajar pada variabel lainnya. Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan kurang dari 0,05.

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilaksanakan untuk mengetahui bahwa data sampel berasal dari populasi yang mempunyai varians yang homogen. Uji homogenitas ini dilakukan dengan menggunakan uji Barlett. Data berasal dari populasi yang memiliki varians homogeny bila $X_{hitung}^2 < X_{tabel}^2$ (Nasikah, 2018:38).

Jika data sudah normal maka akan diuji apakah data tersebut homogen atau tidak. Uji yang digunakan adalah pengujian homogenitas. Menurut (Arikunto 2010 : 365-364). Rumus yang dipakai untuk pengujian homogenitas dalam penelitian ini, menggunakan rumus uji F sebagai berikut :

$$F = \frac{\text{varian terbesar}}{\text{varian terkecil}}$$

Sumber: Sugiyono (2013:276)

Taraf signifikansi yang digunakan adalah $\alpha = 0,5$. Uji homogenitas menggunakan SPSS dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka memiliki varian yang homogeny. Akan tetapi apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka varian tidak homogen.

3. Model Analisis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini, metode analisis data yang dilakukan dengan menggunakan metode analisa regresi untuk mengolah dan membahas data yang telah diperoleh dan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Menurut Sugiyono dalam Irawan (2016:6) Model regresi merupakan teknik statistik yang menjelaskan keterkaitan antara variabel terikat dengan beberapa variabel bebas. Fleksibilitas dari metode ini mempermudah peneliti untuk melihat suatu keterkaitan dari beberapa variable sekaligus, dan regresi ini juga dapat memperkirakan kemampuan prediksi dari serangkaian variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

Dalam penelitian ini, regresi linear berganda digunakan untuk menghitung seberapa besar pengaruh X terhadap Y, atau untuk mengetahui pengaruh variable independen dan variabel dependen. Bentuk umum persamaan regresi ini adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + et$$

Keterangan :

Y = Nilai yang diprediksi yaitu Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas produk

X_3 = Media Sosial Instagram

X_4 = Kepuasan Pelanggan

b_1, b_2, b_3, b_4 = Koefisien Regresi untuk variabel X_1, X_2, X_3, X_4

et = Kesalahan residual (error)

Analisis korelasi ganda sekaligus regresi ganda dilakukan dengan bantuan komputr program SPSS versi 25. Dasar pengambilan keputusan berdasarkan angka probabilitas. Jika angka probabilitas hasil analisis $\leq 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis kerja (H_a) diterima.

b. Uji Parsial (Uji - T)

Adapun tujuan dari uji parsial adalah untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu atau parsial terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan. Adapun langkah-langkah pengujian t adalah sebagai berikut :

a. Menentukan Ho dan Ha

Ho : $\beta_i \leq 0$ variabel independen (Harga, Kualitas Produk, Media Sosial Instagram, dan Kepuasan Pelanggan) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Loyalitas Pelanggan).

Ha : $\beta_i > 0$ variabel independen (Harga, Kualitas Produk, Media Sosial Instagram, dan Kepuasan Pelanggan) secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Loyalitas Pelanggan).

b. Digunakan uji satu sisi dengan tingkat kehandalan 95 % ($\alpha = 5\%$) dengan $df = n-k$, maka akan didapat nilai t tabel (periksatabel t).

c. Kriteria pengujian

1) t hitung dan t tabel

Ho diterima bila $t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$ (berarti tidak ada pengaruh)

Ho ditolak bila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ (berarti ada pengaruh)

2) probabilitas Signifikansi

Ho diterima bila $\text{Prob. Sig} > 0,05$ (5%) (berarti tidak ada pengaruh)

Ho ditolak bila $\text{Prob. Sig} \leq 0,05$ (5%) (berarti ada pengaruh)

c. Uji Simultan (Uji - F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat, (Ghozali, 2011:98). Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh pengujian hipotesis uji f dalam penelitian ini secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas yaitu, variabel Harga (X1), Kualitas produk (X2), Media Sosial Instagram (X3), Kepuasan Pelanggan (X4) secara simultan (bersama) terhadap variabel terkait yaitu Loyalitas Pelanggan (Y) secara bersama-sama. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistic F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

Ho diterima bila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Ho ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusannya dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 adalah dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , apabila $F_{tabel} \leq F_{hitung}$, maka Ho diterima dan Ha ditolak, apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

d. Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dengan menggunakan rumus :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan

KD = Koefisien Determinasi

KR = Koefisien Korelasi

A. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya. Jika menguji hipotesis penelitian dengan perhitungan statistik, maka rumus hipotesis tersebut perlu diubah kedalam rumusan hipotesis penelitian hanya dituliskan salah satu saja yaitu hipotesis alternatif (H_a) atau hipotesis nol (H_0). Sedangkan dalam hipotesis statistik keduanya dipasangkan sehingga dapat diambil keputusan yang tegas menerima H_0 berarti menolak H_a , begitu juga sebaliknya. Hipotesis statistik pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengujian pengaruh X_1 terhadap Y

Ho : $\beta_1 \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan produk skincare rannia di kota metro.

- Ha : $\beta_1 > 0$ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas pelanggan produk skincare rannia di kota metro.
2. Pengujian pengaruh X2 terhadap Y
- Ho : $\beta_2 \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan produk skincare rannia di kota metro.
- Ha : $\beta_2 > 0$ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan produk skincare rannia di kota metro.
3. Pengujian pengaruh X3 terhadap Y
- Ho : $\beta_3 \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial instagram terhadap loyalitas pelanggan produk skincare rannia di kota metro.
- Ha : $\beta_3 > 0$ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara media sosial instagram terhadap loyalitas pelanggan produk skincare rannia di kota metro.
4. Pengujian pengaruh X4 terhadap Y
- Ho : $\beta_4 \leq 0$ = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk skincare rannia di kota metro.
- Ha : $\beta_4 > 0$ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk skincare rannia di kota metro.
5. Pengujian pengaruh X1, X2, X3, X4 terhadap Y
- Ho : $\beta_1; \beta_2; \beta_3; \beta_4 \leq 0$ = tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk, media sosial instagram dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk skincare rannia di kota metro.
- Ha : $\beta_1; \beta_2; \beta_3; \beta_4 > 0$ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk, media sosial instagram, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan produk skincare rannia di kota metro.