

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Berdasarkan judul yang telah ditentukan dan tinjauan Pustaka yang telah diuraikan, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Priadana & Sunarsi (2021:51) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang fokus pada pengukuran dan analisis hubungan sebab-akibat antara berbagai variabel, bukan pada prosesnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkap gejala holistik dan kontekstual dengan mengumpulkan data dari situasi alami. Metode penelitian ini mencakup pemanfaatan bilangan atau informasi berupa angka untuk mendapatkan hasil penelitian melalui tahapan pengumpulan data, pengolahan dan analisis data, serta interpretasi hasil dan deduksi kesimpulan. Jenis penelitian ini lebih sering digunakan karena menghasilkan informasi yang lebih terukur serta data yang dijadikan landasan untuk menghasilkan informasi pun lebih terukur (Priadana & Sunarsi, 2021:52). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari dua variabel, yaitu Barberman dan Citra Merek sebagai variabel independen (X), terhadap Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependen (Y).

B. Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:39) pengertian objek penelitian adalah “suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

ditarik kesimpulannya”. Pada penelitian ini objek variabel yang akan digunakan penelitian ini yaitu *Barbershop* Kota Bogor.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019:68).

Pada penelitian ini terdapat 3 variabel yang di analisis diantaranya terdapat 2 variabel independen atau bebas, dan satu variabel dependen atau terikat.

1. Variabel Bebas (X) (*Independent* Variabel)

Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, variabel bebas tersebut adalah *Barbershop* dan Citra Merek. Berikut ini adalah variable independent yang diteliti variabel *Barbershop* dan Citra Merek.

a. *Barberman* (X₁)

Menurut Zeithaml and Bitner (2013:37) people (*barberman*) seseorang dengan keahlian dibidang jasa yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas jasa.

b. Citra Merek (X_2)

Menurut Agustin (2017:4) Citra merek ialah sekumpulan keyakinan dan kesan yang dibentuk oleh orang-orang pada objek, yang dapat diartikan sebagai persepsi merek dan di ilustrasikan dalam bentuk asosiasi merek di dalam ingatan pelanggan.

2. Variabel *Dependen*

Menurut Sugiyono (2016:39) Variabel *dependen* diartikan sebagai variabel terikat serta dipengaruhi dan menjadi akibat. Variabel ini sering dikatakan sebagai variabel *output*, kriteria serta konsekuen. Variabel *Dependen* yang akan diteliti dalam penelitian adalah :

a. Loyalitas Pelanggan

Minrohayati, Meirani Harsasi, (2016:157). Loyalitas pelanggan ialah komitmen yang kuat untuk membeli Kembali suatu jasa secara konsisten di waktu yang akan datang, sehingga menyebabkan pembelian berulang pada merek yang sama.

Jadi meskipun keadaan dan upaya pemasaran mungkin memiliki dampak potensial pada perilaku pemilihan, hal yang sama berlaku untuk penggunaan berulang atau pembelian merek yang sama.

Tabel 4
Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	<i>Barberman</i>	Barberman seseorang dengan profesi yang mengedepankan nilai etiketa dibidang jasa potong rambut	1. Kompetensi 2. Kesopanan 3. Selektif 4. Komunikatif	Likert

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		dengan keahlian memainkan gunting, dan alat cukur mengenai model rambut. (M.Ridwan Hambali (2021:33)).	(Bilson (2001:45))	
2.	Citra Merek	Citra merek ialah merepresentasikan semua pendapat oleh merek yang dibentuk berdasarkan info-info dan pengalaman masa lampau terhadap merek tersebut (Firmansyah, 2018: 87))	1.Keunggulan 2.Kekuatan 3.Keunikan (Kotler dan Keller (2013 : 347))	Likert
3.	Loyalitas Pelanggan	loyalitas pelanggan adalah suatu pembelian ulang yang dilakukan oleh seorang pelanggan karena komitmen pada suatu merek atau Perusahaan (Nainggolan, 2018:53))	1.Pembelian kembali. 2.Merekomendasikan. 3.Prioritas utama. 4.Membicarakan hal positif. Orel & Kara (2014) dalam (Muhammad & Mardian, 2020)	Likert

D. Populasi dan sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian diambil kesimpulannya. Berdasarkan pengertian di atas maka

yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah Konsumen Barbershop di Kota Bogor.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2022:81) sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil harus benar-benar mewakili, karena kesimpulan akhirnya akan berlaku bagi keseluruhan populasi.

Sebagai aturan umum, ukuran sampel antara 30 sampai dengan 500 bisa efektif tergantung dengan cara pengambilan sampel yang digunakan dan pertanyaan penelitian yang digunakan. Oleh sebab itu, dengan tidak diketahuinya jumlah populasi konsumen pada Barbershop Kota Bogor, maka dalam menentukan ukuran sampel dari suatu populasi, peneliti menggunakan pendekatan rumus Lemeshow (Slamet Riyanto, 2020:13):

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Skor pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi

D = Tingkat kesalahan

Berdasarkan rumus, maka $n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,1^2} = 96,4$

Dengan tidak diketahuinya data jumlah populasi yang berkunjung ke Barbershop Kota Bogor maka diperoleh jumlah sampel dengan perhitungan menggunakan rumus Lemeshow (Slamet Riyanto, 2020:13) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{D^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 0.5(1 - 0.5)}{0.1^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times (0,5)}{0.01}$$

$$n = 96,04 \approx 97$$

Dimana:

n= Jumlah sampel

Z= Tingkat standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1,96$

P = Tingkat estimasi, karena data belum didapat, maka digunakan 50% d
= Tingkat kesalahan atau *sampling error* 10%

Untuk keakuratan penelitian, digunakan sampel sebanyak 97 responden dan 97 responden tersebut dianggap sudah representatif karena sudah melebihi batas minimal sampel.

Dalam penelitian ini pemilihan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu Teknik pengambilan sample yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiono (2018:128) *purposive sampling*, didasarkan

atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri – ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Maka dengan kata lain, unit sampel yang dihubungi disesuaikan dengan kriteria – kriteria tertentu yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian atau permasalahan penelitian. Dalam penelitian ini kriteria yang digunakan untuk sampel adalah sebagai berikut :

- a. Responden dalam penelitian ini adalah remaja usia 17 tahun keatas
- b. Responden adalah konsumen yang menggunakan jasa *barbershop*
- c. Responden dalam penelitian ini adalah yang berdomisili di Kota Bogor

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, sedangkan instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan pengumpulan data guna menjadikannya lebih terstruktur dan lebih mudah.

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai Teknik pengumpulan data yang melibatkan komunikasi langsung antara pewawancara dan responden. Dalam proses wawancara, terjadi interaksi antara kedua pihak tersebut. Dalam penelitian ini, penelitian melakukan interaksi wawancara dengan pelanggan *barbershop* di kota Bogor.

2. Kuesioner

Kuesioner atau angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tertutup, responden hanya perlu menandai pilihan jawaban yang dianggap benar. Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena yang terjadi.

3. Studi Pustaka

Studi Pustaka yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan informasi yang diperoleh peneliti dalam melakukan penelitiannya melalui jurnal nasional dan internasional, penelitian sebelumnya, hasil riset terdahulu, situs web, serta sumber informasi lain yang relevan mengenai *Barberman, Citra Merek, Terhadap Loyalitas Pelanggan*.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam atau sosial yang sedang diamati. Instrumen penelitian adalah kuesioner.

Peneliti harus mempunyai alat ukur untuk mengetahui serta memperjelas suatu penelitian agar mendapatkan hasil yang sesuai dengan harapan serta pendapat seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Untuk pernyataan skor penilaian ditentukan sebagai berikut : Sangat Setuju (5), Setuju (4), Kurang Setuju (3), Tidak Setuju (2), Sangat Tidak Setuju (1).

Tabel 5
Skala Likert

No	Alternatif Jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono,2013

Dengan Menggunakan skala *likert* ini, maka variabel yang dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan berupa pertanyaan atau pernyataan. Atas jawaban pertanyaan tersebut yang diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah seluruh data dari responden terkumpul, dilakukan kegiatan teknik analisis data, yang meliputi mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, serta melakukan perhitungan uji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2018:226). Berikut ini teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subyek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kusioner. Suatu kusioner dikatakan valid jika pernyataan pada kusioner mampu

mengungkapkan yang akan diukur oleh kusioner tersebut. Uji validitas pada setiap pertanyaan apabila $r_{hitung} >$ peneliti dalam mencari nilai korelasi akan menggunakan metode korelasi yang digunakan untuk menguji validitas dengan korelasi pearson product moment dengan rumus menurut Sugiyono (2020:246) adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber: Sugiyono (2022:183)

Keterangan:

- r_{XY} = Koefisien korelasi
- n = Jumlah responden
- $\sum X$ = Skor Butir
- $\sum Y$ = Skor Total
- $\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat Nilai X
- $\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat Nilai Y

Dalam melakukan uji validitas, terdapat kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir instrumen dinyatakan *valid*.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir instrumen dinyatakan tidak *valid* dan harus dihilangkan.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu index yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur tersebut dapat diandalkan. Sebuah kuesioner dapat dikatakan *reliabel* jika jawaban atau pertanyaan tersebut konsisten, Yuandari &

Rahman (2017:57). Uji Reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Crombach Alpha* dengan rumus sebagai berikut:

Rumus:

$$a = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left(\frac{s_r^2 - \sum s_i^2}{s_x^2} \right)$$

Sumber: Yuandari & Rahman (2017:57)

Keterangan:

k = Banyaknya butir soal

s_i^2 = Jumlah butir pernyataan

s_x^2 = Variasi skor total

Nilai konstanta *Crombach Alpha* adalah 0.60, maka jika instrument tersebut nilainya > 0.60 dinyatakan *reliabel*, Yuandari & Rahman (2017:57).

3. Analisis Deskriptif

Teknik analisis deskriptif adalah metode statistik yang digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang data yang telah dikumpulkan sebagai sampel dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2022:147) analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan.

Analisis dilakukan dengan menggunakan analisis *mean weight* atau rata – rata tertimbang. Berikut rumus – rumus yang digunakan, antara lain:

nilai minimum = frekuensi terkecil x bobot frekuensi terkecil

Nilai maksimum = frekuensi terbesar x frekuensi terbesar

Rumus :

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i w_i}{\sum_{i=1}^n w_i}$$

Sumber : Hek (2021:63)

Keterangan:

\bar{x} = rata-rata tertimbang

x_i = nilai data ke- i

w_i = bobot data ke- i

n = jumlah data

Dengan menggunakan skala likert, maka perhitungan rentang skala menurut Sudjana dalam Sulaeman (2018: 133) adalah sebagai berikut:

$$RS = \frac{(m - n)}{b}$$

Keterangan:

RS = Rentang skala

m = Skor maksimal

n = Skor minimal

b = Banyak pilihan jawaban

Oleh karena itu, berdasarkan rumus perhitungan rentang skala di atas, maka rentang skala dalam penelitian ini adalah:

$$RS = \frac{(5-1)}{5}$$

$$RS = 0.8$$

Berikut ini merupakan kriteria indeksi jawaban responden yang dapat dilihat pada tabel 7 di bawah ini :

Tabel 6
Rentang Skala

No	Rentang Skala	Kategori
1	1,00 – 1,80	Sangat Rendah
2	1,81 – 2,60	Rendah
3	2,61 – 3,40	Cukup
4	3,41 – 4,20	Tinggi
5	4,21 – 5,00	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiono (2020:148)

4. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, digunakan uji asumsi klasik untuk mengevaluasi apakah terdapat penyimpangan data atau tidak melalui analisis nilai distribusi dan variasi indikator dari variabel. Uji asumsi klasik yang diterapkan mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu prosedur statistik yang digunakan untuk mengevaluasi apakah distribusi variabel dependen dan variabel independen dalam suatu model regresi memenuhi asumsi kenormalan. Menurut Sugiyono (2022:172) uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah data yang diteliti terdistribusi secara normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk melakukan uji normalitas dalam penelitian ini *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Dengan taraf signifikan 0,05 atau 5%

- 1) Nilai signifikansi > 0.05 maka data berdistribusi normal
- 2) Nilai signifikansi < 0.05 maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Menurut Ghozali (2021:157), Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas, karena jika hal tersebut terjadi maka variabel – variabel tersebut tidak orthogonal atau terjadi kesalahan. Selain itu deteksi terhadap multikolonieritas bertujuan agar menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel.

Deteksi Multikolonieritas pada suatu model dapat dilihat dari beberapa hal, antara lain:

- a) Apabila nilai VIF < 10 , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolonieritas.
- b) Apabila nilai VIF > 10 , maka dikatakan terdapat masalah multikolonieritas.
- c) Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolonieritas
- d) Jika nilai *Tolerance* < 0.10 , maka dikatakan terdapat masalah multikolonieritas

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Duli, N 2019 : 122—123). Cara memprediksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola scatterplot model tersebut. Analisis pada gambar scatterplot yang menyatakan model linear berganda tidak terdapat heteroskedastisitas jika:

- 1) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- 3) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar
- 4) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola

d. Uji Linearitas

Menurut Sugiono (2015:323) Uji linearitas data bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linear atau tidak secara signifikan antara variabel X dengan variabel Y. dalam pengambilan keputusan pada uji linearitas adalah menggunakan *Test for Linearity* dengan kekuatan uji 95% atau alpha 0,05.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas yaitu sebagai berikut :

- 1) Jika nilai signifikan $>0,05$ maka terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variable *independen* dengan variable *dependent*.
- 2) Jika nilai signifikan $<0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variable *independen* dan variable *dependent*.

5. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi adalah sebuah metode statistik yang digunakan untuk menentukan arah dan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih. Menurut Sugiyono (2017:286) analisis koefisien korelasi yaitu “Digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif atau negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi.”.Berikut ini merupakan rumus koefisien korelasi.

$$R_{yX_1X_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2022:191)

Keterangan:

$R_{yX_1X_2}$ = Koefisien korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

r_{yX_1} = Koefisien Korelasi antara X_1 dengan Y

r_{yX_2} = Koefisien Korelasi antara X_2 dengan Y

$r_{X_1X_2}$ = Koefisien Korelasi antara X_1 dengan X_2

Koefisien korelasi menunjukkan tingkat pengaruh variabel *independen* (variabel bebas) dengan variabel *dependen* (variabel terikat). Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga $(-1 < r < +1)$, menghasilkan beberapa kemungkinan yaitu:

- a. Tanda Positif menunjukkan korelasi positif pada variabel yang diuji, artinya semua kenaikan dan penurunan nilai x diidentifikasi dengan kenaikan atau penurunan Y. Jika $r = 1$ atau mendekati 1, berarti ada pengaruh positif yang sangat kuat antara variabel yang diuji.
- b. Tanda negatif menunjukkan korelasi antara variabel yang diuji, yang berarti bahwa peningkatan nilai x mengikuti penurunan nilai y. jika $r = -1$ atau mendekati -1, berarti pengaruh negatif dan korelasi variabel yang diuji lemah.
- c. Jika $r = 0$ atau mendekati 0, ini menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi antara variabel yang diteliti dan yang diuji.

Adapun interpretasi dari besarnya nilai antara variabel dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 7
Nilai Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2022:184)

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam kasus ini, variabel independen adalah *Barberman* (X_1), citra merek (X_2), sedangkan variabel dependen adalah Loyalitas Pelanggan (Y). Regresi berganda digunakan ketika ada satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independen, dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Sumber: Purnomo (2016:61)

Keterangan:

Y	= Loyalitas Pelanggan
α	= Konstanta
β_1	= Koefisien regresi barberman
β_2	= Koefisien regresi citra merek
X_1	= Perilaku <i>barberman</i>
X_2	= Citra Merek
ε	= <i>Error term</i>

7. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono (2022:159) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan atau masalah penelitian. Kebenaran dari hipotesis tersebut kemudian dibuktikan melalui data yang dikumpulkan. Secara statistik, hipotesis merupakan pernyataan tentang keadaan populasi

yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian. Dalam konteks ini, uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh barberman, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan . Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis dengan asumsi sebagai berikut:

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau bisa disebut juga dengan uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel *independen* (*barberman* dan citra merek) terhadap variabel *dependen* (loyalitas Pelanggan) berpengaruh secara parsial atau terpisah. Adapun kriteria pengujian yaitu sebagai berikut:

- 1) $H_0 : \beta_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh dari *barberman* terhadap loyalitas pelanggan barbershop Kota Bogor.
- 2) $H_a : \beta_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh dari terhadap *barberman* terhadap loyalitas pelanggan barbershop Kota Bogor.
- 3) $H_0 : \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh dari citra merek terhadap loyalitas pelanggan barbershop Kota Bogor
- 4) $H_a : \beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh dari citra merek terhadap loyalitas pelanggan barbershop Kota Bogor

Dalam melakukan uji parsial (uji t), terdapat kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau signifikansi < 0.05 . H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- 2) $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau signifikansi > 0.05 . H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variable independent yaitu barberman (X1) dan citra merek (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variable dependen yaitu loyalitas pelanggan (Y) secara simultan atau Bersama-sama.

Sementara itu, dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis dengan Langkah dan asumsi berikut ini :

- 1) $H_0 : \beta_1, \beta_2, = 0$, artinya barberman dan citra merek tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan barbershop Kota Bogor.
- 2) $H_a : \beta_1, \beta_2, \neq 0$, artinya barberman dan citra merek berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan barbershop Kota Bogor.

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau signifikansi < 0.05 H_0 ditolak, artinya variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

- 2) $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau signifikansi > 0.05 H_0 diterima, artinya variabel independen secara bersamaan tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

8. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Ghozali (2018:97) menyatakan bahwa uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Pada intinya, koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menangani variasi variabel dependen.

Koefisien determinasi memiliki rentang nilai antara 0 dan 1, dan semakin mendekati nilai 1, berarti variabel independen dapat memberikan informasi yang hampir seluruhnya dibutuhkan untuk memprediksi variasi dalam variabel dependen.

Apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin besar, maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang besar dan signifikan dari variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat), dan sebaliknya.

Untuk mengetahui nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

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

Sumber: Sugiyono (2017:320)

Dimana:

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi