

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Klinik Kecantikan Kara Esthetique Jakarta adalah perusahaan jasa yang bergerak dibidang pelayanan perawatan kecantikan dari rambut, wajah dan badan. Klinik Kecantikan Kara Esthetique Jakarta berdiri sejak tahun 2019 yang bertempat di Rukan Exclusive, Jalan Bukit Golf Mediterania, Pantai Indah Kapu, Jalan Marina Raya No.7, RT.7/RW.2, Kamal Muara, Penjaringan Jakarta Utara. Klinik Kecantikan Kara Esthetique Jakarta dibentuk sebagai perusahaan keluarga yang berada di bawah naungan PT Kara Estetika Cemerlang. Klinik Kecantikan Kara Esthetique memiliki teknologi kecantikan seperti alat *facial* dan laser yang mengikuti zaman dan menggunakan produk yang berkualitas. Klinik Kecantikan

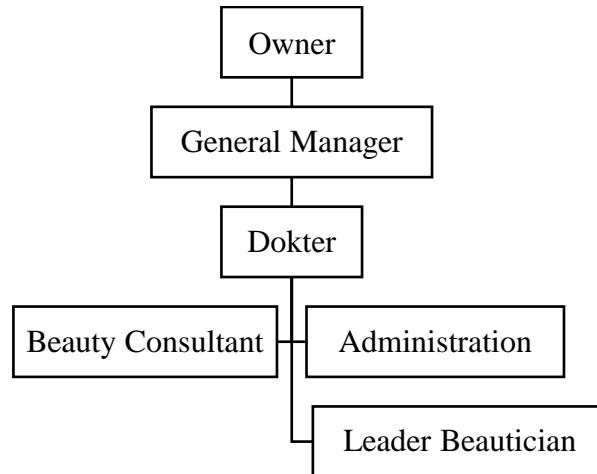
Kara Esthetique Jakarta mempunyai tiga Dokter dan lima *Beautician* yang *professional* dan sudah memiliki pengalaman di bidang kecantikan kulit yang siap untuk melayani pelanggan Klinik Kecantikan Kara Esthetique Jakarta. Selain tenaga ahli dalam pelayanan perawatan, Klinik Kecantikan Kara Esthetique Jakarta memiliki tenaga Administrasi dan *Beauty Consultant* yang membantu melayani pelanggan dalam mengatasi keluhan pelanggan dan administrasi pembayaran.

Klinik Kecantikan Kara Esthetique Jakarta melakukan pemasaran dengan menggunakan instru media, aplikasi *e-commerce* seperti blibli.com dan melakukan pengenalan produk dengan membuat pameran di pusat perbelanjaan atau Mall.

Dalam kegiatan usahanya Klinik Kecantikan Kara Esthetique Jakarta memiliki struktur organisasi yang meliputi kerja antar bagian dan mengatur tugas, fungsi serta tanggung jawab masing-masing bagian. Organisasi merupakan salah satu unsur administrasi yang memungkinkan proses penyelenggaraan dalam usaha kerja sama sekelompok orang yang terkait dalam hubungan formal, sehingga dapat berjalan dengan tertib dan teratur untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan memanfaatkan berbagai sumber daya yang ada.

Struktur Organisasi Klinik Kecantikan Kara Esthetique Jakarta adalah sebagai berikut :

Gambar 4.1. Struktur organisasi



4.2 Deskripsi Responden

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu pasien atau pelanggan Klinik Kecantikan Kara Esthetique Jakarta sebanyak 67 orang. Pada Bab ini, penulis memberi penjelasan tentang Pengaruh Daya Saing, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga yang Kompetitif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Klinik Kecantikan Kara Esthetique Jakarta. Kemudian penulis membagi responden menjadi beberapa klasifikasi antara lain: Jenis Kelamin, Usia, Jenis Pekerjaan dan Belanja atau Paket *Treatment*. Berikut adalah data-data yang diperoleh peneliti mengenai responden berdasarkan karakteristik yang telah diberikan.

4.2.1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin dinilai dapat memberikan perbedaan pada karakteristik seseorang. Berikut ini merupakan data yang diperoleh peneliti mengenai profil responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	JENIS KELAMIN	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
1	Laki-laki	14	20,9 %
2	Perempuan	53	79,1 %
TOTAL		67	100 %

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan pada gambar diatas, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan responden terbanyak adalah responden dengan jenis kelamin Perempuan berjumlah 53 orang (79,1%). Sementara responden dengan jenis kelamin Laki-Laki berjumlah 14 (20,9 %). Lebih banyak responden perempuan karena mayoritas perempuan lebih menyukai perawatan wajah atau badan dibandingkan laki-laki.

4.2.2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia dinilai dapat memberikan perbedaan pada karakteristik seseorang. Berikut ini merupakan data yang diperoleh peneliti mengenai profil responden berdasarkan usia :

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

NO	USIA	FREKUENSI	PERSENTASE (%)
1	15-23	18	26,9 %
2	24-30	29	43,3 %
3	30-40	11	16,4 %
4	>40	9	13,4 %
TOTAL		67	100%

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan pada gambar diatas, karakteristik responden berdasarkan Usia menunjukkan responden terbanyak adalah responden dengan usia 24-30 tahun (43,3%). Responden dengan usia 24-30 lebih dominan dikarenakan diusia tersebut banyak anak remaja yang memiliki masalah kulit seperti jerawat dan masalah kulit lainnya yang mana mengganggu penampilannya, jadi banyak diusia tersebut lebih suka melakukan perawatan untuk tetap menjaga penampilannya.

4.2.3. Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan

Jenis Pekerjaan dapat memberikan perbedaan pada pembelian paket *treatment* perawatan seseorang. Berikut ini merupakan data yang diperoleh peneliti mengenai profil responden berdasarkan Jenis Pekerjaan :

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

NO	JENIS PEKERJAAN	FREKUENSI	PERSENTASE %
1	Mahasiswi/ Pelajar	11	16,4%
2	Pegawai	26	38,8%
3	Wiraswasta	29	43,3%
4	Pegawai Negeri	01	1,5 %
TOTAL		67	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2021)

Berdasarkan pada gambar diatas, karakteristik responden berdasarkan Usia menunjukkan responden terbanyak adalah responden Wiraswasta dengan 29 orang (43.3%). Pada Klinik Kecantikan Kara Esthetique Jakarta pelanggan lebih banyak berprofesi sebagai wirausaha, karena mayoritas pelanggan berwarga negara cina. Yang mana rata-rata pelanggan yang berwarga negara cina lebih memilih berwirausaha dibandingkan sebagai pegawai.

4.2.4. Karakteristik responden berdasarkan jenis belanja/paket *treatment*

Jenis Belanja/Paket *Treatment* yang diambil oleh pelanggan disesuaikan dengan kebutuhan perawatan kulit wajah atau *body* pelanggan. Berikut ini merupakan data yang diperoleh peneliti mengenai profil responden berdasarkan Jenis Belanja/Paket *Treatment* yang diambil :

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Belanja/Paket *Treatment*

NO	BELANJA / PAKET TREATMENT	FREKUENSI	PERSENTASE %
1	Gold	21	31.3%
2	Titanium	11	16.5 %
3	Platinum	21	31.3 %
4	Advance	14	20.9 %
TOTAL		67	100%

Sumber : Data diolah peneliti (2021)

Berdasarkan pada tabel diatas, karakteristik responden berdasarkan Jenis Belanja/Paket *Treatment* menunjukkan responden dengan paket *treatment* Gold dan Platinum memiliki respon yang sama yaitu 21 (31.3%). Paket treatment Gold dan Platinum banyak dipilih pelanggan kerana dalam paket treatment tersebut mendapatkan fasilitas treatment dengan menggunakan alat laser dan alat kecantikan yang lebih efektif dalam melakukan perawatan wajah maupun *body*.

4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum menyebar kuesioner penelitian kepada pelanggan Klinik Kecantikan Kara Esthetique Jakarta, penulis melakukan uji validitas kuesioner untuk mengetahui apakah ada pernyataan yang harus dihilangkan karena dianggap tidak relevan. Uji validitas kuesioner disebar sesuai pada jumlah pelanggan pada tahun 2021. Jumlah kuesioner untuk uji validitas adalah 67, sesuai dengan persyaratan minimum penelitian.

Perhitungan uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Bivariate Pearson (Product Moment)* yang diolah dengan menggunakan SPSS 26. Kriteria pengujian validitas, yaitu:

- 1 Jika $r_{hitung} > r_{tabel} (0,240)$, maka instrument valid.
- 2 Jika $r_{hitung} < r_{tabel} (0,240)$, maka instrument tidak valid. R_{tabel} yang ada dengan $\alpha = 0.05$ dan $df = n - k = 67 - 5 = 62$ adalah sebesar 0,2461. Sehingga nilai r_{hitung} yang didapat jika lebih dari 0,2461 maka dianggap valid atau alat pengukur yang digunakan tepat.

Hasil uji validitas dari 67 pertanyaan dalam kuesioner dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.5. Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	rhitung	rtabel	Keterangan
Daya Saing (X1)	X _{1.1}	0,622	0,2461	Valid
	X _{1.2}	0,543	0,2461	Valid
	X _{1.3}	0,637	0,2461	Valid
	X _{1.4}	0,625	0,2461	Valid
	X _{1.5}	0,528	0,2461	Valid
	X _{1.6}	0,741	0,2461	Valid
Variabel	Pertanyaan	rhitung	rtabel	Keterangan
Fasilitas (X2)	X _{2.1}	0,749	0,2461	Valid
	X _{2.2}	0,684	0,2461	Valid
	X _{2.3}	0,586	0,2461	Valid
	X _{2.4}	0,509	0,2461	Valid
	X _{2.5}	0,633	0,2461	Valid
Variabel	Pertanyaan	rhitung	rtabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X3)	X _{3.1}	0,673	0,2461	Valid
	X _{3.2}	0,625	0,2461	Valid
	X _{3.3}	0,413	0,2461	Valid
	X _{3.4}	0,397	0,2461	Valid
	X _{3.5}	0,524	0,2461	Valid
	X _{3.6}	0,513	0,2461	Valid
	X _{3.7}	0,485	0,2461	Valid
	X _{3.8}	0,621	0,2461	Valid
	X _{3.9}	0,513	0,2461	Valid
	X _{3.10}	0,68	0,2461	Valid
	X _{3.11}	0,462	0,2461	Valid
	X _{3.12}	0,566	0,2461	Valid
	X _{3.13}	0,622	0,2461	Valid
Variabel	Pertanyaan	rhitung	rtabel	Keterangan
Harga yang Kompetitif (X4)	X _{4.1}	0,406	0,2461	Valid
	X _{4.2}	0,577	0,2461	Valid
	X _{4.3}	0,555	0,2461	Valid
	X _{4.4}	0,577	0,2461	Valid
	X _{4.5}	0,493	0,2461	Valid
	X _{4.6}	0,482	0,2461	Valid
	X _{4.7}	0,444	0,2461	Valid
	X _{4.8}	0,641	0,2461	Valid
Variabel	Pertanyaan	rhitung	rtabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,728	0,2461	Valid
	Y.2	0,632	0,2461	Valid
	Y.3	0,664	0,2461	Valid
	Y.4	0,442	0,2461	Valid
	Y.5	0,479	0,2461	Valid
	Y.6	0,638	0,2461	Valid
	Y.7	0,593	0,2461	Valid
	Y.8	0,352	0,2461	Valid

Sumber : Perhitungan SPSS (2021)

Perhitungan $r_{tabel} = n-k = 67-5 = 62$ (0,2461) yang dilihat dari r_{tabel} . Dari tabel Uji Validitas di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} (0,2461) dan bernilai positif. Dengan demikian item pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

4.3.2 Hasil Uji Reabilitas

Uji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*, yaitu menunjukkan nilai koefisien reliabilitasnya untuk mengukur besaran nilai positif dari variabel dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,6, maka instrumen reliabel.
- 2) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $<$ 0,6, maka instrumen tidak reliabel.

Hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.6 Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Daya Saing	0,676	Reliabel
Fasilitas	0,610	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,804	Reliabel
Harga yang Kompetitif	0,622	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,703	Reliabel

Sumber : Perhitungan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*, terlihat nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,6 untuk variabel Daya Saing, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Harga yang Kompetitif dan Kepuasan Pelanggan secara berurutan sebesar 0,676; 0,610; 0,804; 0,622; 0,703. Kelima variable tersebut dikatakan reliabel karena telah memenuhi syarat.

4.4. Analisis Data

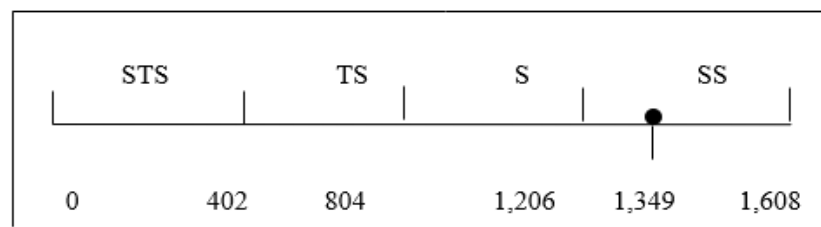
4.4.1 Analisa deskriptif

Hasil analisis deskriptif adalah hasil pengolahan data mentah variabel penelitian yang meliputi variabel Daya Saing, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Harga yang Kompetitif dan Kepuasan Pelanggan. Hasil analisis akan memberikan gambaran umum mengenai penyebaran dan distribusi data hasil penelitian yang didapat melalui kuesioner yang disebarakan kepada 67 pelanggan Klinik Kecantikan Kara Esthetique Jakarta. Jumlah pernyataan kuesioner secara keseluruhan adalah 44 dimana untuk variabel Daya Saing sebanyak 6 butir, variabel fasilitas 5 butir, variabel Kualitas Pelayanan sebanyak 13 butir, variabel Harga yang Kompetitif 8 butir dan variabel Kepuasan Pelanggan 8 butir. Kuesioner penelitian memiliki skor penilaian 1 untuk sangat tidak setuju, skor 2 untuk tidak setuju, skor 3 untuk setuju dan skor 4 untuk sangat setuju.

4.4.1.1 Analisis Deskripsi Daya Saing (X_1)

Variabel terikat pada penelitian ini yaitu Daya Saing diukur melalui butir pernyataan dari nomor 1- 6. Pada variabel ini terdapat 3 indikator, indikator pertama yaitu Keunikan Produk yang diukur melalui butir pertanyaan dari nomor 1-2. Indikator yang kedua yaitu Kualitas Produk diukur melalui butir pertanyaan 3-4. Indikator ketiga yaitu harga saing yang diukur melauai butir pertanyaan dari nomor 5-6. Hasil dalam pernyataan variabel Daya Saing dapat dilihat dalam garis Skala Likert berikut ini :

Gambar 4.2 Diagram Skala Likert Daya Saing (X_1)



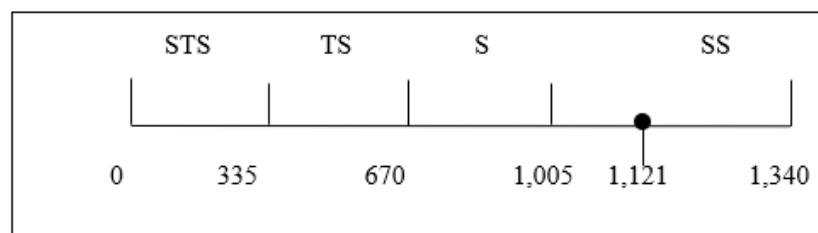
Perhitungan Diagram Skala Likert Variabel X_1 :

Indikator variabel Daya Saing mempunyai 3 indikator dan 6 pertanyaan pada kuesioner. Sampel penelitian atau n yaitu 67 dengan Skala Likert dari STS sampai SS memiliki Skala Likert dari satu untuk STS, dua untuk TS, tiga untuk S dan empat untuk SS. Masing-masing dikali satu sama lain, $6 \times 67 \times 1$ dengan hasil 402; $6 \times 67 \times 2$ dengan hasil 804; $6 \times 67 \times 3$ dengan hasil 1,206 dan $6 \times 67 \times 4$ dengan hasil 1,608. Hasil rekapitan data kuesioner total keseluruhan X_1 Daya Saing menunjukkan pada angka 1,349 yang mana berada pada skala likert SS.

4.4.1.2 Analisis Deskripsi Fasilitas

Variabel terikat pada penelitian ini yaitu Fasilitas diukur melalui butir pernyataan dari nomor 7-11. Pada variabel ini terdapat 5 indikator, indikator pertama yaitu Pertimbangan atau Perencanaan spasial yang diukur melalui butir pertanyaan nomor 7, indikator yang kedua Perencanaan ruang diukur melalui butir pertanyaan nomor 8, indikator ketiga yaitu Perlengkapan atau perabotan yang diukur melalui butir pertanyaan nomor 9, indikator keempat yaitu Tata Cahaya dan Warna yang diukur melalui butir pertanyaan nomor 10, indikator kelima yaitu Unsur Pendukung yang diukur melalui butir pertanyaan nomor 11. Hasil dalam pernyataan variabel Fasilitas dapat dilihat dalam garis Skala Likert berikut ini :

Gambar 4.3 Diagram Skala Likert Fasilitas (X_2)



Perhitungan Diagram Skala Likert Variabel X_2 :

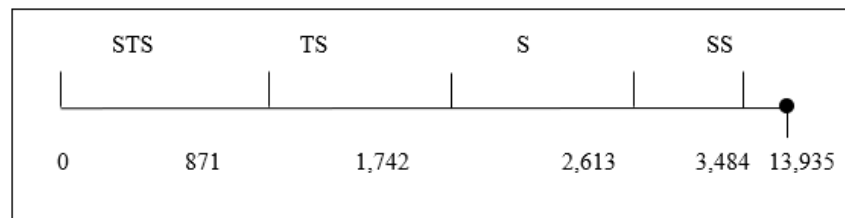
Indikator variabel Daya Saing mempunyai 5 indikator Sampel penelitian dan 5 pertanyaan pada kuesioner. Sampel penelitian atau n 67 dan Skala Likert dari STS sampai SS memiliki Skala Likert dari satu untuk STS, dua untuk TS, tiga untuk S dan empat untuk SS. Masing-masing dikali satu sama lain, $5 \times 67 \times 1$ dengan hasil

335; 5x67x2 dengan hasil 670; 5x67x3 dengan hasil 1,005 dan 5x67x4 dengan hasil 1,340. Hasil rekap data kuesioner total keseluruhan X₂ Fasilitas menunjukkan pada angka 1,121 yang mana berada pada skala likert SS.

4.4.1.3 Analisis Deskripsi Kualitas Pelayanan

Variabel terikat pada penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan diukur melalui butir pernyataan dari nomor 12-24. Pada variabel ini terdapat 5 indikator, indikator pertama yaitu Keandalan (*reability*) yang diukur melalui butir pertanyaan dari nomor 12-13 Indikator yang kedua Daya Tanggap (*responsiveness*) diukur melalui butir pertanyaan dari nomor 14-16, Indikator ketiga yaitu Jaminan (*assurance*) yang diukur melalui butir pertanyaan dari nomor 17-19, Indikator keempat yaitu Empati (*empathy*) yang diukur melalui butir pertanyaan dari nomor 20-21, Indikator kelima yaitu Bukti Fisik (*tengibles*) yang diukur melalui butir pertanyaan dari nomor 22-24. Hasil dalam pernyataan variabel Kualitas Pelayanan dapat dilihat dalam garis Skala Likert berikut ini :

Gambar 4.4 Diagram Skala Likert Kualitas Pelayanan (X₃)



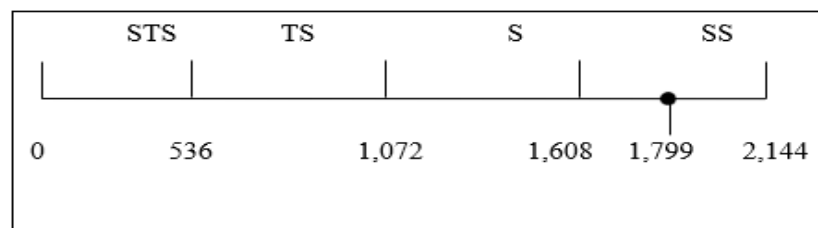
Perhitungan Diagram Skala Likert Variabel X₃ :

Indikator variabel Daya Saing mempunyai 5 indikator Sampel penelitian dan 13 pertanyaan pada kuesioner. Sampel penelitian atau n 67 dan Skala Likert dari STS sampai SS memiliki Skala Likert dari satu untuk STS, dua untuk TS, tiga untuk S dan empat untuk SS. Masing – masing dikali satu sama lain, 13x67x1 dengan hasil 871; 13x67x2 dengan hasil 1,742; 13x67x3 dengan hasil 2,613 dan 13x67x4 dengan hasil 3,484. Hasil rekap data kuesioner total keseluruhan X₃ Kualitas Pelayanan menunjukkan pada angka 13,935 yang mana berada pada skala likert SS.

4.4.1.4 Analisis Deskripsi Harga yang Kompetitif

Variabel terikat pada penelitian ini yaitu Harga yang Kompetitif diukur melalui butir pernyataan dari nomor 25-32. Pada variabel ini terdapat 4 indikator, indikator pertama yaitu Keterjangkauan Harga yang diukur melalui butir pertanyaan dari nomor 25-26 Indikator yang kedua Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk diukur melalui butir pertanyaan dari 27-28, Indikator ketiga yaitu Daya Saing Harga yang diukur melalui butir pertanyaan dari nomor 29-30, Indikator keempat yaitu Kesesuaian harga dengan manfaat produk yang diukur melalui butir pertanyaan dari 31-32. Hasil dalam pernyataan variabel Harga yang Kompetitif dapat dilihat dalam garis Skala Likert berikut ini :

Gambar 4.5 Diagram Skala Likert Harga yang Kompetitif (X₄)



Perhitungan Diagram Skala Likert Variabel X₄ :

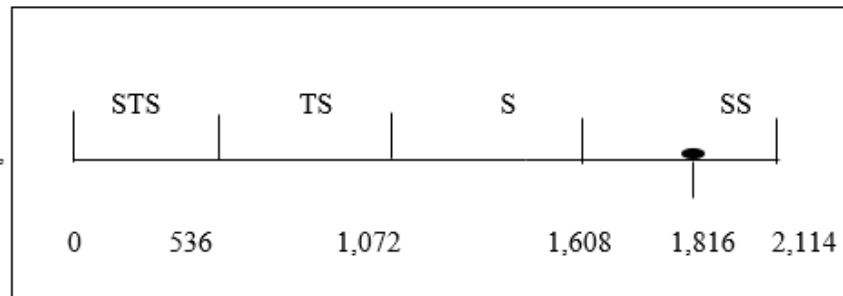
Indikator variabel Harga yang Kompetitif mempunyai 4 indikator dan 8 pertanyaan pada kuesioner. Sampel penelitian atau n 67 dan Skala Likert dari STS sampai SS memiliki Skala Likert dari satu untuk STS, dua untuk TS, tiga untuk S dan empat untuk SS. Masing-masing dikali satu sama lain, $8 \times 67 \times 1$ dengan hasil 536; $8 \times 67 \times 2$ dengan hasil 1,072; $8 \times 67 \times 3$ dengan hasil 1,608 dan $8 \times 67 \times 4$ dengan hasil 2,144. Hasil rekapitan data kuesioner total keseluruhan X₄ Harga yang Kompetitif menunjukkan pada angka 1,779 yang mana berada pada skala likert SS.

4.4.1.5 Analisis Deskripsi Kepuasan Pelanggan

Variabel terikat pada penelitian ini yaitu Kepuasan Pelanggan diukur melalui butir pernyataan dari nomor 34-44. Pada variabel ini terdapat 3 indikator,

indikator pertama yaitu Kesesuaian Harapan yang diukur melalui butir pertanyaan dari nomor 34-36 Indikator yang kedua Minat berkunjung Kembali diukur melalui butir pertanyaan dari 39-41, Indikator ketiga yaitu Kesiediaan merekomendasikan yang diukur melalui butir pertanyaan dari nomor 42-44. Hasil dalam pernyataan variabel Kepuasan Pelanggan dapat dilihat dalam garis Skala Likert berikut ini :

Gambar 4.6 Diagram Skala Likert Kepuasan Pelanggan (Y)



Perhitungan Diagram Skala Likert Variabel Y :

Indikator variabel Kepuasan Pelanggan mempunyai 3 indikator dan 8 pertanyaan pada kuesioner. Sampel penelitian atau n yaitu 67 dan Skala Likert dari STS sampai SS memiliki Skala Likert dari satu untuk STS, dua untuk TS, tiga untuk S dan empat untuk SS. Masing – masing dikali satu sama lain, $8 \times 67 \times 1$ dengan hasil 536; $8 \times 67 \times 2$ dengan hasil 1,072; $8 \times 67 \times 3$ dengan hasil 1,608 dan $8 \times 67 \times 4$ dengan hasil 2,144. Hasil rekapan data kuesioner total keseluruhan X_4 Harga yang Kompetitif menunjukkan pada angka 1,816 yang mana berada pada skala likert SS.

4.4.2. Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai korelasi (r) dan nilai determinasi (r_{square}) antara Daya Saing, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga yang Kompetitif terhadap Kepuasan Pelanggan sebagaimana terlihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.7 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.900 ^a	.811	.799	1.049	2.090

a. Predictors: (Constant), Harga yang Kompetitif, Daya Saing, Fasilitas, Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Perhitungan SPSS , 2021

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase Pengaruh Daya Saing, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga yang Kompetitif terhadap Kepuasan Pelanggan. Adapun hasil dari proses perhitungan dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 24 diperoleh nilai R^2 sebesar 0,799 atau sebesar 79,9 % jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Daya Saing (X_1), Fasilitas (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), dan Harga yang Kompetitif (X_4) berpengaruh secara simultan atau bersama terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,799 (79,9 %) dan sisanya sebesar 20,1% dipengaruhi faktor-faktor lain diluar penelitian ini.

4.4.3. Koefisien Determinasi Parsial

Analisis koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui derajat hubungan linear antara satu variabel dengan variabel lain, yaitu Daya Saing (X_1), Fasilitas (X_2) Kualitas Pelayanan (X_3) dan Harga yang Kompetitif (X_4) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh data mengenai pengaruh X_1 terhadap Y adalah sebagai berikut:

4.4.3.1 Koefisien Determinasi Daya Saing (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 4.8 Koefisien Determinasi Daya Saing (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

		Daya Saing	Kepuasan Pelanggan
Daya Saing	Pearson Correlation	1	.658**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	67	67
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.658**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	67	67

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Perhitungan SPSS , 2021

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh koefisien determinasi antara X_1 dengan Y sebesar 0,658, dengan demikian nilai koefisien determinasi Daya Saing terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dihitung sebagai berikut:

KDP_2

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

$$= 0,658^2 \times 100\%$$

$$= 43,30\%$$

Nilai koefisien determinasi Daya Saing terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 43,30% .Hal ini dapat disimpulkan bahwa kontribusi atau pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 43,30%. sisanya 56.7 % merupakan pengaruh dari variabel lainnya.

4.4.3.2 Koefisien Determinasi Fasilitas (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.9. Koefisien Determinasi Fasilitas (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

		Fasilitas	Kepuasan Pelanggan
Fasilitas	Pearson Correlation	1	.778**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	67	67
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	67	67

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Perhitungan SPSS , 2021

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh koefisien determinasi antara X₂ dengan Y sebesar 0,778, dengan demikian nilai koefisien determinasi Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{KDP}_2 &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,778^2 \times 100\% \\ &= 62,10\% \end{aligned}$$

Nilai koefisien determinasi Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 62,10%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kontribusi atau pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 62,10% sisanya 37,9% merupakan pengaruh dari variabel lainnya.

4.4.3.3 Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan (X₃) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.10 Koefisien Determinasi Kualitas Pelayanan (X₃) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.750**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	67	67
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.750**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	67	67

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Perhitungan SPSS , 2021

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh koefisien determinasi antara X₃ dengan Y sebesar 0,750, dengan demikian nilai koefisien determinasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 KDP_2 &= r^2 \times 100\% \\
 &= 0,750^2 \times 100\% \\
 &= 56,25\%
 \end{aligned}$$

Nilai koefisien determinasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 56,25% .Hal ini dapat disimpulkan bahwa kontribusi atau pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 56,25%. sisanya 43,75% merupakan pengaruh dari variabel lainnya.

4.4.3.4 Koefisien Determinasi Harga yang Kompetitif (X₄) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.11. Koefisien Determinasi Harga yang Kompetitif (X₄) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

		Harga yang Kompetitif	Kepuasan Pelanggan
Harga yang Kompetitif	Pearson Correlation	1	.329**
	Sig. (2-tailed)		.007
	N	67	67
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.329**	1
	Sig. (2-tailed)	.007	
	N	67	67

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Perhitungan SPSS , 2021

Berdasarkan hasil tabel diatas diperoleh koefisien determinasi antara X₄ dengan Y sebesar 0,329, dengan demikian nilai koefisien determinasi Harga yang Kompetitif terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dihitung sebagai berikut:

$$KDP_2 = r^2 \times 100\%$$

$$= 0,329^2 \times 100\%$$

$$= 10,82\%$$

Nilai koefisien determinasi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 10,82% .Hal ini dapat disimpulkan bahwa kontribusi atau pengaruh Harga yang Kompetitif terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 10,82%. sisanya 89,18% merupakan pengaruh dari variabel lainnya.

4.4.4. Pengujian Hipotesis

4.4.4.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini hasil uji t dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.12 Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	3.718	1.677		2.217	.030		
	Daya Saing	.482	.091	.395	5.282	.000	.546	1.831
	Fasilitas	.733	.133	.481	5.519	.000	.402	2.488
	Kualitas Pelayanan	.587	.099	.909	5.919	.000	.129	7.725
	Harga yang Kompetitif	-.909	.155	-.853	-5.880	.000	.145	6.894

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Perhitungan SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui hasil analisis regresi diperoleh koefisien untuk variabel daya saing (X_1) sebesar 0,482, fasilitas (X_2) sebesar 0,733, kualitas pelayanan (X_3) sebesar 0,587 dan harga yang kompetitif (X_4) sebesar -0,909 dengan konstanta sebesar 3,718.

Nilai t tabel : $n - k - 1$ (Variabel) = $67 - 4 - 1 = 1,999$

1. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh daya saing (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai hitung t hitung $5,282 > t$ tabel 1,999 maka, H_0 ditolak atau H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh daya saing (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara signifikan.
2. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh fasilitas (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,519 > t$ tabel 1,999 maka, H_0 ditolak atau H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh fasilitas (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara signifikan.
3. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,919 >$ dari nilai t tabel 1,999 maka, H_0 ditolak atau H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara signifikan.
4. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh harga yang kompetitif (X_4) terhadap kepuasan

pelanggan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $-5,880 >$ dari nilai t tabel 1,999 maka, H_0 ditolak atau H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh harga yang kompetitif (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara signifikan.

4.4.4.2 Uji Parsial (Uji F)

Tabel 4.13 Uji Parsial (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	292.088	4	73.022	66.402	.000 ^b
	Residual	68.181	62	1.100		
	Total	360.269	66			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Harga yang Kompetitif, Daya Saing, Fasilitas, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data output SPSS yang diolah, 2021

Nilai f tabel : $67 - 4 - 1 = 62$

nilai f tabel = 2,51

Berdasarkan hasil uji f pada tabel 4.13 maka hasil menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh daya saing (X_1), fasilitas (X_2), kualitas pelayanan (X_3) dan harga yang kompetitif (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan f hitung $66,402 >$ dari nilai f tabel 2,51. Maka hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak atau H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh daya saing (X_1), fasilitas (X_2), kualitas pelayanan (X_3) dan harga yang bersaing (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara signifikan.

4.5. Temuan Hasil Penelitian

4.5.1. Pengaruh Daya Saing Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji t pada variabel Daya Saing menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Menurut Penelitian yang dilakukan oleh Anastasia dan Funan dengan judul Analisis Pengaruh Daya Saing terhadap

Kepuasan Pelanggan pada Kapal Penumpang KM. Egon (2019). Menurut penelitiannya Daya Saing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dimana hasil penelitian ini sama dengan saat ini yang sedang dilakukan. Karena Daya Saing diciptakan oleh perusahaan bagi para pelanggannya untuk terus melakukan inovasi atau menciptakan sesuatu yang berbeda sehingga mampu memiliki daya Tarik bagi pelanggan.

4.5.2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t pada variabel fasilitas terdapat pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Melinda et al judul penelitian Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada *Loris Beauty Clinic* Malang) (2019). Menurut penelitiannya fasilitas pada klinik kecantikan sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana hasil penelitian ini sama dengan yang saya lakukan saat ini. Karena fasilitas teknologi yang canggih dan modern, ruangan perawatan yang nyaman dan kebersihan tempat yang bersih dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

4.5.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Menurut penelitian terdahulu dari Tirra Ammarinda dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Nadindra Di Bandar Lampung (2017). Menurut penelitiannya Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dimana hasil penelitian ini sama dengan yang saya lakukan saat ini. Karena Kualitas pelayanan dapat dilihat dari persepsi pelanggan atau penerima layanan yang merasakan pelayanan yang diberikan, sehingga merekalah yang seharusnya menilai dan menentukan kualitas pelayanan.

4.5.4. Pengaruh Harga yang Kompetitif Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t (parsial) menunjukkan Harga yang Kompetitif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Menurut

Penelitian yang dilakukan oleh Anastasia dan Funan dengan judul Analisis Pengaruh Harga yang Kompetitif terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kapal Penumpang KM. Egon (2019). Menurut penelitiannya Harga yang Kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, yang mana sama dengan hasil penelitian yang saya lakukan. Pelanggan umumnya lebih memilih membeli produk atau jasa yang memiliki nilai lebih dari yang diinginkan atau diharapkannya. Dengan demikian nilai tersebut juga akan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan. Pembelian produk akan terjadi jika pelanggan menganggap harga produk atau jasa sesuai dengan nilai yang ditawarkannya dan terjadi Kepuasan Pelangga

