# BAB III

# METODE PENELITIAN

## A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yakni pendekatan yang bertumpu pada penggunaan data numerik dan teknik analisis statistik. (Fatihudin, 2024) menyatakan bahwa penelitian Kuantitaif merupakan penelitian dengan menerapkan pendekatan secara objektif, meliputi pengumpulan data juga analisis data kuantitatif juga menerapkan metode pengujian statistik.

Penelitian kuantitatif mensyaratkan adanya proses pengumpulan data secara terstruktur hingga tahap interpretasi hasil secara sistematis. Selain itu, dalam penarikan kesimpulan, penelitan kuantitatif umumnya didukung oleh penyajian data dalam bentuk visual, seperti gambar, tabel, grafik, maupun bentuk representasi lainnya. Adapun jenis penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan kondisi subjek atau fenomena secara apa adanya, tanpa menarik generalisasi untuk populasi secara keseluruhan.

Berdasarkan uraian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menggambarkan fenomena menggunakan data kuantitatif. metode yang diterapkan adalah pendekatan kuantitatif guna untuk mendeskripsikan pengaruh faslitas, kecakapan pegawai, dan diskon terhadap kepuasan konsumen Iyashi *Reflexology* Surabaya.

## B. Definisi Operasional Variabel

Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa definisi operasional variabel merupakan variabel yang menunjukkan karakteristik atau ciri-ciri objek, yang memiliki aktivitas serta variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti dan selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam penarikan kesimpulan. Oleh karena itu, berikut ini disajikan kesimpulan serta definis operasional yang digunakan dalam penelitian ini :

### 1. Variabel Independen

Merupakan variabel yang mampu berdiri sendiri juga mampu mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas yang digunakan untuk penelitian ini :

#### a. Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu yang bersifat fisik dan disediakan oleh Iyhasi *Reflexology* Surabaya untuk mempermudah, memperlancar, dan memberikan kenyamanan kepada pelanggan dalam rangka memenuhi kebutuhan mereka akan layanan kesehatan dan relaksasi. (Fandy & Gregorius, 2016) menyebutkan fasilitas dalam penelitian ini diukur berdasarkan persepsi pelanggan terhadap sarana dan prasarana yang tersedia di Iyhasi *Reflexology* Surabaya, dengan indikator sebagai berikut:

1) Perencanaan spasial

Efektivitas pengaturan tata letak fisik didalam area Iyhasi *Reflexology* untuk memastikan kenyamanan pelanggan.

Instrumen atau pernyataan : Tata letak ruangan di Iyashi *Reflexology* tertata dengan baik sehingga membuat pelanggan merasa nyaman.

2) Perlengkapan

Ketersediaan dan kualitas benda-benda fisik atau alat penunjang yang digunakan secara langsung untuk mendukung proses layanan jasa.

Perlengkapan yang digunakan dalam layanan di Iyashi *Reflexology* mendukung kenyamanan pelanggan.

3) Tata Cahaya dan Warna

Unsur estetika dan suasana lingkungan yang diciptakan melalui pengaturan lampu dan pemilihan warna untuk memengaruhi psikologi dan tingkat relaksasi pelanggan.

Instrumen atau pernyataan : Kombinasi lampu dan warna ruangan di Iyashi *Reflexology* menciptakan suasana yang nyaman.

4) Instruksi Yang Disampaikan Secara Grafis

Penggunaan simbol, tanda, atau tulisan yang membantu pelanggan memahami aturan, navigasi, atau informasi layanan di area Iyhasi *Reflexology*.

Instrumen atau Pernyataan : Petunjuk atau informasi yang tertulis di Iyashi *Reflexology* mudah dipahami oleh pelanggan.

**b. Kecakapan pegawai**

Kecakapan pegawai adalah kemampuan, keahlian, dan perilaku karyawan Iyhasi *Reflexology* Surabaya dalam menjalankan tugasnya sesuai dengan standar kompetensi, etika kerja, dan tanggung jawab untuk memberikan layanan refleksi yang berkualitas bagi pelanggan. (Kotler & Keller, 2016) Variabel ini diukur berdasarkan penilaian pelanggan terhadap kinerja terapis dan staf di Iyhasi *Reflexology* melalui indikator-indikator berikut:

1) Pengetahuan (*Knowladge*)

Tingkat pemahaman dan wawasan pegawai mengenai produk layanan, manfaat kesehatan dari refleksi, serta informasi teknis lainnya yang ada di Iyhasi *Reflexology*.

Instrumen atau Pernyataan : Pegawai Iyashi *Reflexology* memiliki pengetahuan yang baik tentang layanan refleksiologi.

2) Keterampilan (Skill)

Terapis memiliki kemampuan dan keahlian yang baik dalam melakukan pijat refleksi sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut memungkinkan terapis memberikan pelayanan yang tepat dan profesional, sehingga terapi dapat berjalan dengan optimal serta memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada pelanggan.

Instrumen atau Pernyataan : Terapis Iyashi *Reflexology* memiliki keterampilan yang baik dalam melakukan refleksi.

3) Sikap (Attitude)

Cerminan perilaku, tata krama, dan etika kerja yang ditunjukkan oleh pegawai/terapis Iyhasi *Reflexology* dalam melayani pelanggan guna menciptakan suasana yang ramah dan nyaman.

Instrumen atau Pernyataan : Sikap pegawai Iyashi *Reflexology* sangat ramah dan professional.

**c. Tarif**

Tarif sebagai seperangkat uang yang diberikan pada suatu produk maupun layanan. Definisi lebih mendalam, harga sebagai seperangkat nilai yang diberikan dari konsumen dalam tujuan memperoleh maupun memanfaatkan sebuah produk atau jasa (Kotler & Armstrong, 2018). Sedangkan menurut (Malau, 2018) tarif menjadi nilai yang ditetapkan berupa mata uang diantaranya dinar, rupiah, maupun dolar, juga moneter medium yang lain menjadi nilai tukar. (Tjiptono, 2019) Variabel ini diukur berdasarkan penilaian pelanggan terhadap tarif layanan jasa Iyashi *Reflexology* melalui indikator-indikator berikut:

1) Keterjangkauan tarif

Keterjangkauan tarif merupakan tingkat kemampuan konsumen dalam membayar harga atau tarif yang ditetapkan oleh Iyashi *Reflexology*. Tarif dikatakan terjangkau apabila sesuai dengan kondisi ekonomi konsumen, tidak memberatkan, serta masih berada dalam batas daya beli pelanggan.

Instrumen atau Pernyataan : Tarif yang ditetapkan oleh Iyashi Reflexology dapat dijangkau oleh konsumen dan tidak memberatkan secara ekonomi.

2) Kesesuaian tarif dengan produk

Kesesuaian tarif dengan produk menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan oleh Iyashi *Reflexology* sebanding dengan kualitas jasa yang diterima oleh konsumen. Konsumen akan menilai apakah tarif yang dibayarkan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

Instrumen atau Pernyataan : Tarif yang dibayarkan sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan oleh Iyashi Reflexology.

3) Daya saing tarif

Daya saing tarif merupakan kemampuan harga yang ditawarkan oleh Iyashi *Reflexology* untuk bersaing dengan penyedia jasa sejenis. Tarif yang kompetitif akan menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam memilih layanan dibandingkan dengan pesaing.

Instrumen atau Pernyataan : Tarif yang ditawarkan oleh Iyashi Reflexology lebih kompetitif dibandingkan dengan tempat pijat atau SPA lainnya.

4) Kesesuaian tarif dengan manfaat produk

Kesesuaian tarif dengan manfaat produk berarti harga yang dibayarkan oleh konsumen sebanding dengan manfaat atau nilai yang dirasakan setelah menggunakan layanan Iyashi *Reflexology*. Semakin

besar manfaat yang dirasakan, maka tarif tersebut akan dianggap semakin layak.

Instrumen atau Pernyataan : Manfaat yang dirasakan dari layanan Iyashi Reflexology sebanding dengan tarif yang dibayarkan.

**2. Variabel Dependen**

Variabel dependen merupakan variabel yang di pengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (*independen*). Variabel dependen penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen di Iyhasi *Reflexology* Surabaya yaitu :

**a. Kepuasan Konsumen**

Mengukur tingkat kepuasan total pelanggan setelah merasakan seluruh rangkaian layanan di Iyhasi *Reflexology*, mulai dari penyambutan, proses pijat, hingga fasilitas yang dirasakan. Ini adalah penilaian global terhadap pengalaman mereka. Tjiptono (2019) Variabel kepuasan konsumen pada penelitian ini diukur menggunakan indikator sebagai berikut :

1. Kepuasan konsumen secara menyeluruh

Mengukur tingkat kepuasan total pelanggan setelah merasakan seluruh rangkaian layanan di Iyhasi *Reflexology*, mulai dari penyambutan, proses pijat, hingga fasilitas yang dirasakan.

Instrumen atau pernyataan : Puas dengan kualitas pelayanan Iyashi *Reflexologi*.

2. Minat pembelian ulang

   Menunjukkan keinginan atau kecenderungan pelanggan untuk kembali menggunakan jasa Iyhasi *Reflexology* di masa depan. Kepuasan yang tinggi biasanya berbanding lurus dengan niat pelanggan untuk datang kembali.

   Instrumen atau pernyataan : Berniat membeli kembali layanan di Iyashi *Reflexology*.

3. Ketersedian untuk merekomendasikan

   Mengukur sejauh mana pelanggan merasa bangga atau yakin terhadap layanan Iyhasi *Reflexology* sehingga mereka mau menyarankannya kepada orang lain (teman, keluarga, atau kolega). Ini adalah bentuk promosi gratis yang paling efektif bagi bisnis jasa.

   Instrumen atau pernyataan: Bersedia merekomendasikan Iyashi Reflexology kepada teman atau keluarga.

## C. Populasi dan Teknik Sampling

Populasi adalah sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu. Populasi Iyashi *Reflexology* Surabaya juga merupakan keseluruhan elemen atau unsur yang akan kita teliti. Populasi adalah semua objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu, yang sebelumnya telah ditetapkan oleh peneliti sebagai titik fokus dalam kajian dan analisis (Fatihudin, 2024). Dalam penelitian ini, populasi yang dijadikan sasaran meliputi seluruh pelanggan yang pernah melakukan pembelian layanan di Iyashi *Reflexology* Surabaya.

**Tabel 3. 1 Penelitian Jumlah Sampel Issac Dan Michael Dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5% Dan 10%**

| N | S | | | N | S | | | N | S | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1% | 5% | 10% | | 1% | 5% | 10% | | 1% | 5% | 10% |
| 10 | 10 | 10 | 10 | 280 | 197 | 155 | 138 | 3000 | 543 | 312 | 248 |
| 15 | 15 | 14 | 14 | 300 | 207 | 161 | 143 | 3500 | 558 | 317 | 251 |
| 20 | 19 | 19 | 19 | 320 | 216 | 167 | 147 | 4000 | 569 | 320 | 254 |
| 25 | 24 | 23 | 23 | 340 | 225 | 172 | 151 | 4500 | 578 | 323 | 255 |
| 30 | 29 | 28 | 27 | 360 | 234 | 177 | 155 | 5000 | 586 | 326 | 257 |
| 35 | 33 | 32 | 31 | 380 | 242 | 182 | 158 | 6000 | 598 | 329 | 259 |
| 40 | 38 | 36 | 35 | 400 | 250 | 186 | 162 | 7000 | 606 | 332 | 261 |
| 45 | 42 | 40 | 39 | 420 | 257 | 191 | 165 | 8000 | 613 | 334 | 263 |
| 50 | 47 | 44 | 42 | 440 | 265 | 195 | 168 | 9000 | 618 | 335 | 263 |
| 55 | 51 | 48 | 46 | 460 | 272 | 198 | 171 | 10000 | 622 | 336 | 263 |
| 60 | 55 | 51 | 49 | 480 | 279 | 202 | 173 | 15000 | 635 | 340 | 266 |
| 65 | 59 | 55 | 53 | 500 | 285 | 205 | 176 | 20000 | 642 | 342 | 267 |
| 70 | 63 | 58 | 56 | 550 | 301 | 213 | 182 | 30000 | 649 | 344 | 268 |
| 75 | 67 | 62 | 59 | 600 | 315 | 221 | 187 | 40000 | 653 | 345 | 269 |
| 80 | 71 | 65 | 62 | 650 | 329 | 227 | 191 | 50000 | 655 | 346 | 269 |
| 85 | 75 | 68 | 65 | 700 | 341 | 233 | 195 | 75000 | 658 | 346 | 270 |
| 90 | 79 | 72 | 68 | 750 | 352 | 238 | 199 | 100000 | 659 | 347 | 270 |
| 95 | 83 | 75 | 71 | 800 | 363 | 243 | 202 | 150000 | 661 | 347 | 270 |
| 100 | 87 | 78 | 73 | 850 | 373 | 247 | 205 | 200000 | 661 | 347 | 270 |
| 110 | 94 | 84 | 78 | 900 | 382 | 251 | 208 | 250000 | 662 | 348 | 270 |
| 120 | 102 | 89 | 83 | 950 | 391 | 255 | 211 | 300000 | 662 | 348 | 270 |
| 130 | 109 | 95 | 88 | 1000 | 399 | 258 | 213 | 350000 | 662 | 348 | 270 |
| 140 | 116 | 100 | 92 | 1100 | 414 | 265 | 217 | 400000 | 662 | 348 | 270 |
| 150 | 122 | 105 | 97 | 1200 | 427 | 270 | 221 | 450000 | 663 | 348 | 270 |
| 160 | 129 | 110 | 101 | 1300 | 440 | 275 | 224 | 500000 | 663 | 348 | 270 |
| 170 | 135 | 114 | 105 | 1400 | 450 | 279 | 227 | 600000 | 663 | 348 | 270 |
| 180 | 142 | 119 | 108 | 1500 | 460 | 283 | 229 | 650000 | 663 | 348 | 270 |
| 190 | 148 | 123 | 112 | 1600 | 469 | 286 | 232 | 700000 | 663 | 348 | 270 |
| 200 | 154 | 127 | 115 | 1700 | 477 | 289 | 234 | 750000 | 663 | 348 | 270 |
| 210 | 160 | 131 | 118 | 1800 | 485 | 292 | 235 | 800000 | 663 | 348 | 271 |
| 220 | 165 | 135 | 122 | 1900 | 492 | 294 | 237 | 850000 | 663 | 348 | 271 |
| 230 | 171 | 139 | 125 | 2000 | 498 | 297 | 238 | 900000 | 663 | 348 | 271 |
| 240 | 176 | 142 | 127 | 2200 | 510 | 301 | 241 | 950000 | 663 | 348 | 271 |
| 250 | 182 | 146 | 130 | 2400 | 520 | 304 | 243 | 1000000 | 663 | 349 | 272 |
| 260 | 187 | 149 | 133 | 2600 | 529 | 307 | 245 | | | | |
| 270 | 192 | 152 | 135 | 2800 | 537 | 310 | 247 | | | | |

*Sumber : Journal Penelitian Issac dan Michael (1995*)

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Issac dan Michael dengan tingkat kesalahan sebesar 5%. Berdasarkan perhitungan dari populasi sebanyak 627 responden dalam satu minggu, diperoleh jumlah sampel sebanyak 221 sampel. Jumlah ini dianggap telah memenuhi ukuran minimum sampel yang memadai untuk mewakili populasi dan menghasilkan data yang layak dianalisis secara s*tatistic*.

## D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

**“**Metode pengumpulan data adalah serangkaian proses yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dan data yang dibutuhkan dalam suatu penelitian. Proses ini sangat krusial dan strategis, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk memastikan bahwa data yang diperoleh benar dan memenuhi seluruh kriteria penelitian’’ (Sugiyono, 2017). Dalam studi ini, metode yang diterapkan untuk mengumpulkan data adalah data primer, yang merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti. Pengumpulan data ini dilakukan dengan berbagai metode, seperti melakukan survei, melakukan wawancara, menyebarkan kuesioner, atau mengamati objek penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan secara daring melalui tautan *Google Form*. Tautan kuesioner dikirimkan kepada konsumen Iyashi *Reflexology* Surabaya melalui aplikasi *WhatsApp* sebagai media distribusi, sehingga memudahkan responden dalam mengakses dan mengisi kuesioner.

## E. Teknik Analisis Data

Teknik yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu tabulasi hasil jawaban responden pada setiap item yang diajukan sebagai pertanyaan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik analisa data yang menggunakan metode uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis (Ghozali, 2016). Dalam mengolah serta menganalisa data, peneliti memerlukan program statistik, software IBM SPSS Statistic 25 for Windows, Adapun metode analisis

data yang diterapkan dalam penelitian ini melibatkan tahapan-tahapan sebagai berikut:

**1) Uji Instrumen**

Uji instrumen berperan penting dalam penelitian karena kualitas data yang diperoleh ditentukan oleh kualitas instrumen, berfungsi untuk mengukur validitas dan reliabilitas pada data (Sugiyono, 2017). Apabila instrumen yang digunakan dapat dipertanggungjawabkan, maka data yang diperoleh juga dapat dipertanggungjawabkan. Schingga diperlukan adanya uji instrumen dalam peneliti ini yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner yang disampaikan oleh peneliti kepada responden dengan beherapa pertayaan untuk memperoleh jawaban yang sebenarnya.

**a) Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengetahui ketepatan atau kevalidan antara data obyek penelitian yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data dari para responden. Penelitian ini menggunakan uji validitas *product moment pearson correlation* yang menggunakan prinsip mengkorelasikan antara masing-masing skor item dengan skor total yung diperoleh dari kuesioner (Sugiyono, 2017). Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas *product moment* sebagai berikut:

1) Apabila nilai R hitung > Rtabel dan nilai sig < 0,05, maka data kuesioner telah dinyatakan valid.

2) Apabila nilai R hitung < Rtabel dan nilai sig > 005, maka data kuesioner telih dinyatakan tidak valid.

**b) Uji Reabilitas**

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat ketetapan atau konsistensi sata sehinga data tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian, meskipun data tersebut telah diolah berulang-ulang maka hasilnya akan tetap sama seperti semua (Ghozali, 2016). Uji reabilitas dilihat berdasarkan nilai *cronchbach's alpha* dan nilai *composite reliability*. Adapun dasar dalam pengambilan keputusan uji reabilitas sebagai berikut :

1) Apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,60 maka data kuisioner telah dinyatakan reliabilitas atau konsisten.
2) Apabila nilai *cronbach's alpha* < 0,60 maka data kuisioner telah dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

**2) Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik sering kali disebut sebagai uji prasyarat, merupakan serangkaian pengujian awal yang harus dipenuhi sebelum melaksanakan analisis lebih lanjut dalam penelitian, terutama untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono & Susanto, 2015). Uji asumsi klasik adalah prosedur yang dilakukan sebelum penerapan analisis regresi linier berganda yang berfungsi memastikan bahwa data memenuhi syarat sehingga pengujian hipotesis dapat dilakukan secara valid (Ghozali, 2016).

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk menjamin bahwa data yang digunakan dalam analisis regresi sesuai dengan ketentuan model yang berlaku.

Dengan terpenuhinya asumsi klasik tersebut, analisis regresi linier berganda yang diterapkan dapat menghasilkan temuan yang valid dan dapat diandalkan. Oleh karena itu, sebelum melaksanakan analisis regresi linier berganda, penting untuk terlebih dahulu menjalankan serangkaian uji asumsi klasik, yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

**a. Uji Normalitas**

Pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode *Kolmogorov–Smirnov* dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 25. Prosedur ini mempunyai tujuan untuk menilai apakah data yang digunakan berdistribusi mendekati bentuk distribusi normal. Data dianggap memenuhi asumsi normalitas apabila penyebarannya cenderung merata dan mengikuti garis diagonal dalam grafik normal P-Plot, tanpa adanya kecenderungan menceng ke salah satu sisi.

Apabila sebaran titik-titik data secara keseluruhan berada dekat, mengikuti, dan sejajar dengan garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas pada model regresi telah terpenuhi. Sebaliknya, jika sebaran titik-titik data menyimpang secara signifikan dari garis diagonal serta membentuk pola yang tidak mengikuti arah garis tersebut, maka model regresi dinyatakan tidak memenuhi asumsi normalitas, sehingga perlu dilakukan penanganan atau pengujian lebih lanjut.

**b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas adalah Langkah dalam analisis regresi yang bertujuan untuk mengidentifikasi adanya perbedaan varians residual di antara pengamatan yang dilakukan (Ghozali, 2016). Pengujian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah sebaran galat dalam model regresi bersifat konstan atau mengalami perubahan pada setiap nilai pengamatan, sehingga hasil estimasi model tetap memenuhi asumsi klasik regresi (Ghozali, 2016). Jika variasi residual pengamatan cenderung tetap, maka keadaan ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika terdapat perbedaan dalam variasi residual, maka model dianggap mengalami fenomena heteroskedastisitas. Sebagian dari cara untuk memeriksa adanya heteroskedastisitas adalah dengan mengamati pola sebaran data pada grafik scatterplot (Ghozali, 2016).

Apabila terdapat pola tertentu yang teratur pada sebaran titik-titik data, seperti membentuk pola bergelombang, menyempit, atau melebar, maka kondisi tersebut menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Sebaliknya, jika titik-titik data tersebar secara acak di atas dan di bawah nilai nol pada sumbu Y serta tidak membentuk pola yang jelas, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas, sehingga asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi (Ghozali, 2016).

**c. Uji Multikolinieritas**

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang diterapkan adalah data primer, yang berarti informasi yang diperoleh secara langsung oleh peneliti. Pengumpulan data dilakukan dengan berbagai metode seperti survei, wawancara, distribusi kuesioner, atau pengamatan terhadap objek penelitian. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang diterapkan adalah kuesioner, yang disebarkan melalui media online dan offline (Sugiyono, 2017), dengan fokus kepada konsumen Iyashi *Reflexology* Surabaya. (Ghozali, 2016) Adapun keberadaan multikolinearitas dalam model regresi dapat diketahui melalui nilai tolerance dan VIF. Jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 (<1) atau nilai VIF lebih besar dari 10, maka model regresi dikategorikan mengalami gejala multikolinearitas.

**3) Analisis Regresi Linier Berganda**

Penelitian ini mengimplementasikan analisis regresi linier berganda sebagai teknik analisis utama. Metode tersebut diterapkan pada studi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen, sehingga dapat mengidentifikasi seberapa besar pengaruh dan hubungan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui "Pengaruh Fasilitas, Kecakapan Pegawai, Dan Tarif Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pijat Iyashi *Reflexology* Surabaya". Analisis regresi linier berganda dinyatakan dengan formula sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta 1\ X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + e}$$

| | |
|---|---|
| Y | : Kepuasan Konsumen |
| α | : Konstanta |
| β1, β2, β3 | : Koefisien Regresi |
| X1 | : Fasilitas |
| X2 | : Kecakapan pegawai |
| X3 | : Tarif |
| e | : Standart Error |

**4) Uji Hipotesis**

Dalam menguji hipotesis, peneliti menggunakan analisis regresi Bersama dengan uji T dan uji F sebagai alat bantu. Metode ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara terpisah maupun secara bersama-sama. Selain itu, tujuan ini juga adalah untuk menilai sumbangan atau Tingkat signifikansi setiap variabel independen terhadap variabel dependen.

**a. Uji t**

Uji t dilaksanakan untuk menilai tingkat signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah, dengan taraf signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05 (α = 5%). Tahapan yang ditempuh dalam pengujian hipotesis ini adalah sebagai berikut:

1) Membuat hipotesis dalam uraian kalimat dan dalam model statistic.

2) Menetapkan taraf signifikan 0,05.

3) Menetapkan kriteria keputusan.

a) H0 diterima apabila nilai signifikasi (sig) > 0,05.

b) H0 ditolak apabila nilai signifikasi (sig) < 0,05.

4) Membuat keputusan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.

**b. Uji F**

Uji F merupakan salah satu teknik analisis yang diterapkan untuk menilai apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama maupun secara individu berkontribusi signifikan terhadap variabel dependen. Prosedur pengujian F ini dilaksanakan melalui beberapa tahap sebagai berikut:

1) Merumuskan hipotesis secara statistik.

2) Menentukan tingkat signifikasi (α)

Tingkat signifikan terhadap penelitian ini adalah 5% yang artinya adalah risiko mengambil keputusam adalah 5%.

3) Menentukan pengambilan keputusan uji F

a) Apabila nilai signifikan uji F > 0,05 maka H0 diterima.

b) Apabila nilai signifikan uji F < 0,05 maka H0 ditolak.