

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum obyek penelitian

4.1.1 sejarah singkat perusahaan

Berdirinya Natasha skin care berawal di tahun 1999 oleh dr. Fredi Setyawan dengan dibukanya Natasha skin care klinik yang pertama di Ponorogo Jawa Timur. Disusul dengan klinik berikutnya di Madiun dan Surabaya pada tahun yang sama. Terinspirasi oleh dunia kecantikan dan keinginan orang disekitar mereka untuk memiliki kulit cantik dan sehat, pasangan suami istri dr.Fredi Setyawan dan dr.Tantri Onny Biantri berinisiatif menghadirkan perawatan kulit yang berkualitas dengan memadukan kebaikan alam dan teknologi. Dengan adanya respon positif dari pelanggan dan semakin meningkatnya kebutuhan akan perawatan kulit profesional ini pun membuat Natasha Skin Care berkembang begitu pesat. Dalam kurun waktu 6 bulan jaringan klinik Natasha skin care semakin meluas ke seluruh Indonesia. Dusiaanya yang menginjak 25 tahun Natasha memiliki 98 cabang seluruh Indonesia dan salah satu cabang berada di Bangsar, Kuala Lumpur. Logo perusahaan adalah sebuah makna atau gambaran umum dari suatu tujuan perusahaan. Adapun logo perusahaan klinik kecantikan Natasha Skin Care di tampilkan pada gambar berikut ini:

Gambar 4. 1 Logo Natasha Skin Care



Sumber: www.Natashaskin.co.id, 2019

Pada tanggal 26 dan 27 juli 2018 Natasha skin care kembali terpilih dan mendapatkan Top Brand Award 2018 klinik kecantikan/perawatan kulit dengan kedudukan peringkat pertama dalam klinik kecantikan/perawatan kulit di indonesia. Top brand award yang diterima Natasha Skin Care merupakan penghargaan ke-10 selama 10 tahun berturut-turut Natasha skin care berhasil menjaga kepercayaan dan tetap menjadi merek pilihan masyarakat kategori Klinik kecantikan/Perawatan Kulit. Natasha Skin Clinic Center (PT.Pesona Natasha Gemilang) secara resmi mendapatkan sertifikasi ISO 9001:2015 pada tanggal 15 Agustus 2018. Sertifikasi ini diterbitkan oleh badan sertifikasi internasional JAY ANZ yang terverifikasi oleh MSC Global Australia, dimana segala prosesnya mengacu pada Internasional Accreditation Forum (IAF). Dengan mengungkap semangat “Nature Meets Technology”, produkproduk Natasha dibuat dari berbagai kebaikan bahan-bahan botanical alami yang diproduksi dengan teknologi modern di pabrik sendiri yaitu PT.Dion Farma Abadi yang berlokasi di Klaten ini juga telah bersertifikat ISO 9001:2015, sertifikasi Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB) dan

Cara Pembuatan Kosmetik yang Baik (CPKB) dari BPOM serta sertifikasi Halal dari MUI. Natasha skin care hanya menggunakan teknologi perawatan terbaik yang telah teruji manfaatnya dengan didukung sumber daya manusia yang telah mendapatkan pelatihan khusus dari Natasha Training Center, sehingga kualitas layanan seluruh cabang memiliki standar kualitas yang sama baiknya.4.1.2

Visi dan Misi perusahaan Natasha Skin Care

Visi :

Menjadi perusahaan yang terkemuka di Indonesia dalam bidang perawatan kecantikan wajah dengan kualitas yang utama dan pelayanan yang prima.

Misi :

1. Membangun perusahaan terpercaya yang mampu melebihi harapan pelanggan.
2. Meningkatkan kompetensi melalui perbaikan *skill, knowledge, attitude* dengan melakukan pelatihan yang rutin
3. Melakukan inovasi secara berkala baik dalam produk maupun teknologi kecantikan, nature meet teknologi.
4. Meningkatkan kerjasama antar divisi.
5. Menciptakan nilai tambah dengan integrasi tinggi

4.1.2 Lokasi Perusahaan

Klinik kecantikan Natasha Skin Care berlokasi di ruko A.Yani No.12 ,Jl.ahmad Yani magersari,magersari,panjunan ,kec.kota kudu ,kabupaten

kudus ,Jawa Tengah 59317.Lokasi ini dipilih karena berada di tempat yang strategis .

4.1.3 Struktur Organisasi

Dalam kegiatan operasional sehari-hari, klinik kecantikan Natasha Skin Care mempunyai struktur organisasi yang terorganisir dalam pembagian tugas dan wewenang. Adapun struktur organisasi klinik kecantikan Natasha Skin Care adalah sebagai berikut :

Gambar 4. 2 Struktur organisasi



Adapun uraian tugas dari Klinik Natsaha Skin Care adalah sebagai berikut:

1. Directur/owner, yaitu bertugas memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan serta memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari karyawan.
2. General manajer, yaitu bertugas menjalankan tugas dari atasan.
3. Head of finance, yaitu bertugas memonitor, mengumpulkan data dan menganalisa posisi kas perusahaan dan aliran kas dengan melihat pertimbangan kondisi modal, piutang, pembayaran dan pengeluaran.

4. secara kontinue untuk memastikan keseimbangan kondisi keuangan perusahaan.
5. Head of marketing, yaitu bertugas merencanakan, mengontrol dan mengkoordinasi proses penjualan dan pemasaran untuk mencapai target penjualan dan mengembangkan pasar secara efektif dan efisien.
6. Head Of Operational, yaitu bertugas mengkoordinir karyawan, membuat kerjasama yang solid dan iklim kerja yang kondusif.
7. Beautician, yaitu karyawan yang bertugas melakukan perawatan terhadap konsumen.
8. Kasir, bertugas melayani semua pembayaran dari konsumen dan bertanggung jawab atas penerimaan dan pengeluaran perusahaan.
9. Security, bertanggung jawab terhadap keamanan dan ketertiban di dalam perusahaan.

4.2 Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengunjung atau customer Natasha skin care di kodus yang sudah pernah melakukan perawatan sebanyak 2 kali. sesuai dengan metode pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu pendekatan non *probability sampling* yaitu teknik sapling yang tidak memberikan .

kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. tehnik pengambilan dilakukan dengan tehnik *purpose sampling* dimana sampel yang diambil berdasarkan kriteria atau pertimbangan yang ditentukan sendiri oleh peneliti, Berdasarkan dari data responden sebanyak 100 orang yang pernah melakukan perawatan sebanyak 2 kali, peneliti mengajukan pertanyaan

yang mengarah pada data responden tentang jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Penggolongan ini dilakukan untuk dapat mengetahui gambaran mengenai responden sebagai objek penelitian. Berdasarkan data responden sebanyak 100 orang yang pernah yaitu minimal sudah pernah menggunakan jasa Natasha skincare minimal 2 kali dan berusia minimal 18 tahun. Kriteria ini dipilih dianggap telah menjadi pelanggan setia yang telah sering melakukan perawatan.

4.2.1 Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang didapat dari penyebaran kuisioner maka diperoleh data mengenai jenis kelamin sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Deskripsi responden 1 berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	18	18,0
Perempuan	82	82,0
Total	100	100,0

Sumber : *output table deskriptif SPSS 24*

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa responden laki laki lebih sedikit disbanding dengan responden perempuan. Responden dengan jenis kelamin laki laki sebanyak 18% sedangkan sisanya responden perempuan sebanyak 82%. Dari output diatas diketahui bahwa perempuan cenderung lebih banyak melakukan perawatan kecantikan disbanding dengan laki laki.

4.2.2 deskripsi responden berdasarkan usia

Tabel 4. 2 Deskripsi responden berdasarkan usia

Umur (TH)	Frekuensi	Presentase
19-25 TH	27	27,0
26-31 TH	38	38,0
32-37 TH	13	13,0
>37 TH	12	12,0
Total	100	100,0

Sumber : *output table deskriptif SPSS 24*

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa data responden berdasarkan usia yang paling banyak melakukan perawatan ke Natasha skin care dikudus adalah usia 26 sampai 31 tahun yaitu dengan presentase sebanyak 48 %.kemudian usia 19 sampai 26 sebanyak 27% dan presentase paling sedikit yaitu umur 37 keatas.

4.2.3 Deskripsi responden berdasarkan pendidikan terakhir

Tabel 4. 3 deskripsi responden 1berdasarkan pendidikan terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa/plelajar	14	14,0
Wiraswasta	34	34,0
S1	40	40,0
S2	7	7,0
S3	5	5,0
Total	100	100,0

Sumber : *output table deskriptif SPSS 24*

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa data responden berdasarkan pendidikan terakhir yang paling mendominasi yaitu S1 dengan presentasi sebesar

40% dan yang kedua yaitu wirasswasta dengan presentase sebesar 34% dan yang ketiga yaitu mahasiswa/pelajar dengan presentase sebesar 14% kemudian yang keempat yaitu S2 dengan presentase sebesar 7% dan yang terakhir S3 dengan presentase sebesar 5%.hal ini menunjukkan bahwa deskriptif S1 lebih dominan melakukan perawatan ke Natasha skin care dikodus.

4.2.4 Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4. 4 deskripsi responden 1berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa/plelajar	41	41,0
Wirasswasta	31	31,0
Pegawai negeri	28	28,0
Total	100	100,0

Sumber : *output table deskriptif SPSS 24*

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa data responden berdasarkan pekerjaan yang paling mendominasi yaitu mahasiswa/pelajar dengan presentasi sebesar 41,0% dan yang kedua yaitu wirasswasta dengan presentase sebesar 31% dan yang ketiga yaitu pegawai negeri dengan presentase sebesar 28% .hal ini menunjukkan bahwa deskriptif mahasiswa/pelajar lebih dominan melakukan perawatan .

1.3 Deskripsi variabel

Analisis deskriptif variabel bertujuan untuk mengetahui gambaran jawaban responden terhadap variabel. Variabel dalam peneltian ini terdiri dari variabel *service quality* (X1), *complain handling* (X2), *customer experience* (X3) dan

customer loyalty (Y). Penelitian ini menggunakan skala *Likert* untuk jawaban responden dengan skor tertinggi tiap butir pertanyaan adalah 5 dan skor terendah tiap butir pertanyaan adalah 1.

1.3.1. Distribusi Jawaban Responden Tentang *service quality* (X1)

Indikator-indikator dari variabel *service quality* (X1) terbagi atas 5 indikator yaitu *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangible*. Adapun hasil desk

ripsi jawaban responden untuk variabel *service quality* adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Distribusi Frekuensi
Distribusi Frekuensi Variabel X1

Item	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Total (Σ)	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
SQ1	39	39,0	60	60,0	0	0	1	1,0	0	0	437	4,37
SQ2	23	23,0	38	38,0	39	39,0	0	0	6	6,0	384	3,84
SQ3	23	23,0	76	76,0	1	1,0	5	5,0	0	0	422	4,22
SQ4	24	24,0	37	37,0	34	34,0	0	0	0	0	380	3,80
SQ5	25	25,0	73	73,0	2	2,0	0	0	0	0	423	4,23

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 total dari jawaban responden yang paling banyak adalah indikator 1 nilai rata-rata sebesar 4,37 dan nilai total sebesar 437 yaitu faktor yang sangat mempengaruhi *service quality* terhadap *customer loyalty* adalah *reability* (kehandalan). Pelayanan yang diberikan Natasha skin care terhadap customer sesuai dengan yang dijanjikan.

1.3.2 Distribusi Jawaban Responden *complain handling* (X2)

Indikator-indikator dari variabel *complain handling* (X2) terbagi atas 4 indikator yaitu kecepatan penanganan *complain*, penyelesaian secara memuaskan, kemudahan prosedur pengajuan *complain*, kepuasan didefinisikan sebagai kognitif dan efektif respon terhadap pengalaman yang dirasakan. Adapun hasil deskripsi jawaban responden untuk variabel *complain handling* sebagai berikut:

Tabel 2.2 Distribusi Frekuensi
Distribusi Frekuensi Variabel X2

Item	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Total (Σ)	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
CH1	7	7,0	83	83,0	39	39,0	1	1,0	0	0	396	3,96
CH2	20	20,0	59	59,0	1	1,0	5	5,0	0	0	394	3,94
CH3	10	10,0	69	69,0	34	34,0	2	2,0	0	0	387	3,87
CH4	13	13,0	74	74,0	2	2,0	1	1,0	0	0	399	3,99

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 total dari jawaban responden yang paling banyak adalah indikator 4 nilai rata-rata sebesar 3,99 dan nilai total sebesar 399 yaitu faktor yang sangat mempengaruhi *complain handling* terhadap *customer loyalty* adalah pelayanan penyelesaian *complain* dari Natasha skin care kepada *customer*. Ketika Natasha skin care mampu menyelesaikan masalah yang dialami customer.

1.3.3 Distribusi Jawaban Responden *customer experience* (X3)

Indikator-indikator dari variabel *customer experience* (X3) terbagi atas 4 indikator yaitu *accessibility, competence, helpfulness, personalization*. Adapun hasil deskripsi jawaban responden untuk variabel *customer experience* sebagai berikut:

Tabel 2.3 Distribusi Frekuensi
Distribusi Frekuensi Variabel X3

Item	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Total (Σ)	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
CE1	18	18,0	50	50,0	17	17,0	0	0	0	0	404	4,04
CE2	33	33,0	69	69,0	12	12,0	1	1,0	0	0	416	4,16
CE3	24	24,0	60	60,0	15	15,0	0	0	0	1	402	4,02
CE4	13	13,0	0	0	2	2,0	0	0	0	0	406	4,06

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 total dari jawaban responden yang paling banyak adalah indikator 2 nilai rata-rata sebesar 416 dan nilai total sebesar 4,16 yaitu faktor yang sangat mempengaruhi *Customer experience* terhadap *customer loyalty* adalah pelayanan pada saat pembelian suatu produk di Natasha skin care kepada *customer* sangat baik .

1.3.4 Distribusi Jawaban Responden *customer loyalty* (Y)

Indikator-indikator dari variabel *customer loyalty* (Y) terbagi atas 4 indikator yaitu pembelian ulang secara teratur, pembelian antar lini produk dan jasa, merefrensikan kepada orang lain, menunjukkan kehebatan daya tarik pesaing..Adapun hasil deskripsi jawaban responden untuk variabel *customer experience* sebagai berikut:

Tabel 2.4 Distribusi Frekuensi
Distribusi Frekuensi Variabel Y

Item	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Total (Σ)	Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
CL1	15	15,0	53	53,0	27	27,0	3	3,0	2	2,0	376	3,76
CL2	37	37,0	61	61,0	0	0	2	2,0	0	0	433	4,33
CL3	39	39,0	61	61,0	0	0	0	0	0	0	439	4,39
CL4	26	26,0	58	58,0	16	16,0	0	0	0	0	410	4,10

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 total dari jawaban responden yang paling banyak adalah indikator 3 nilai rata-rata sebesar 439 dan nilai total sebesar 4,39 yaitu faktor yang mempengaruhi *customer loyalty* adalah pelanggan akan mencoba merefrensikan kepada orang lain .

1.4 Uji Validitas

4.4.1 Uji Validitas Instrumen

Pengujian validitas adalah suatu derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2012:121). Validitas dalam penelitian dijelaskan dalam salah satu derajat ketepatan pengukuran tentang isi dari pernyataan/kuisisioner yang peneliti buat. Satu kuisisioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisisioner tersebut. Tingkat validitas dapat diukur dengan cara membandingkan nilai hitung r dengan ketentuan degree of freedom (df) = $n-k$, dimana n adalah jumlah sampel yang di gunakan dan k adalah jumlah variabel independennya (Ghozali,2006). Yang mana dalam penelitian ini terdapat 17 item pertanyaan yang harus di jawab oleh responden. Tingkat kepercayaan dalam penelitian ini adalah dengan nilai *Alpha*5%, derajat kebebasan

(df) = 98, didapat r tabel = 0.1966. jika r hitung (untuk setiap pertanyaan dapat dilihat pada kolom *Corrected item- total Correlation*) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka pertanyaan dikatakan valid. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka hasil pengujian validitas dapat di tunjukkan dalam tabel di bawah ini :

Tabel 2.5 Uji Validitas

No	Variabel	Pertanyaan	R Hitung	R Table ($\alpha=5\%, df=98$)	Keterangan
1	<i>Service Quality</i>	X1	0,506	0,1966	Valid
		X2	0,786	0,1966	Valid
		X3	0,678	0,1966	Valid
		X4	0,893	0,1966	Valid
		X5	0,443	0,1966	Valid
2	<i>Complain Handling</i>	X1	0,282	0,1966	Valid
		X2	0,601	0,1966	Valid
		X3	0,288	0,1966	Valid
		X4	0,353	0,1966	Valid
3	<i>Customer Experience</i>	X1	0,629	0,1966	Valid
		X2	0,674	0,1966	Valid
		X3	0,751	0,1966	Valid
		X4	0,719	0,1966	Valid
4	<i>Customer Loyalty</i>	X1	0,728	0,1966	Valid
		X2	0,774	0,1966	Valid
		X3	0,645	0,1966	Valid
		X4	0,776	0,1966	Valid

Sumber : Output SPSS 24

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan masing-masing pada setiap indikator Pernyataan penelitian yang digunakan memiliki r hitung > r tabel yaitu 0,1966. Maka dapat diambil kesimpulan dari seluruh Pernyataan dapat dikatakan Valid/konsisten, sehingga dapat dilanjutkan sebagai analisis dalam penelitian. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari *service quality* (X1), *complain handling* (X2), *customer experience* (X3) dan *customer Loyalty*(Y) dapat secara tepat

mengungkapkan variabel yang diukur tersebut, sehingga dapat digunakan sebagai analisis dalam penelitian ini.

4.4.2 Uji Realibilitas Instrumen

Reliabilitas artinya memiliki sifat dapat dipercaya, apabila uji reabilitas ini digunakan secara berkali-kali oleh peneliti yang sama atau oleh peneliti lain akan memberikan hasil yang sama. Dikatakan reliabel jika koefisien *Cronbach Alpha* bernilai $\geq 0,6$ (Sugiyono, 2010).

Apabila nilai *cronbach alpha* memiliki nilai > 0.6 , maka alat ukur dapat dikatakan reliabel. Tingkat reliabilitas dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 2.6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Service quality</i>	0,700	Reliabel
<i>Complain handling</i>	0,798	Reliabel
<i>Customer experience</i>	0,639	Reliabel
<i>Customer loyalty</i>	0,694	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 24

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.8 diperoleh hasil bahwa semua item pertanyaan dari empat variabel yaitu *service quality, complain handling, customer experience terhadap customer loyalty* adalah reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6.

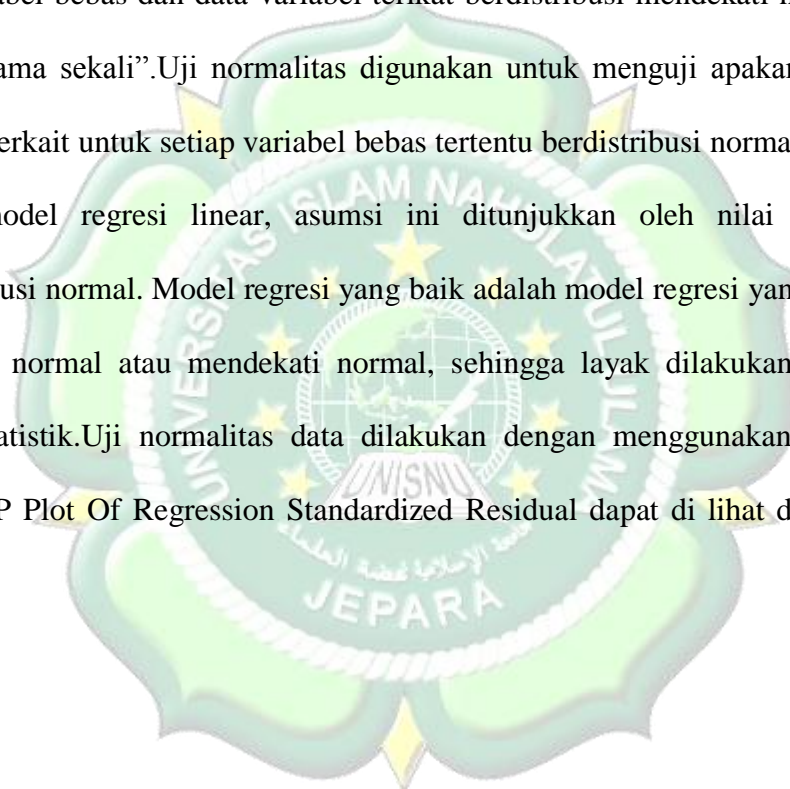
4.5 Uji Asumsi Klasik

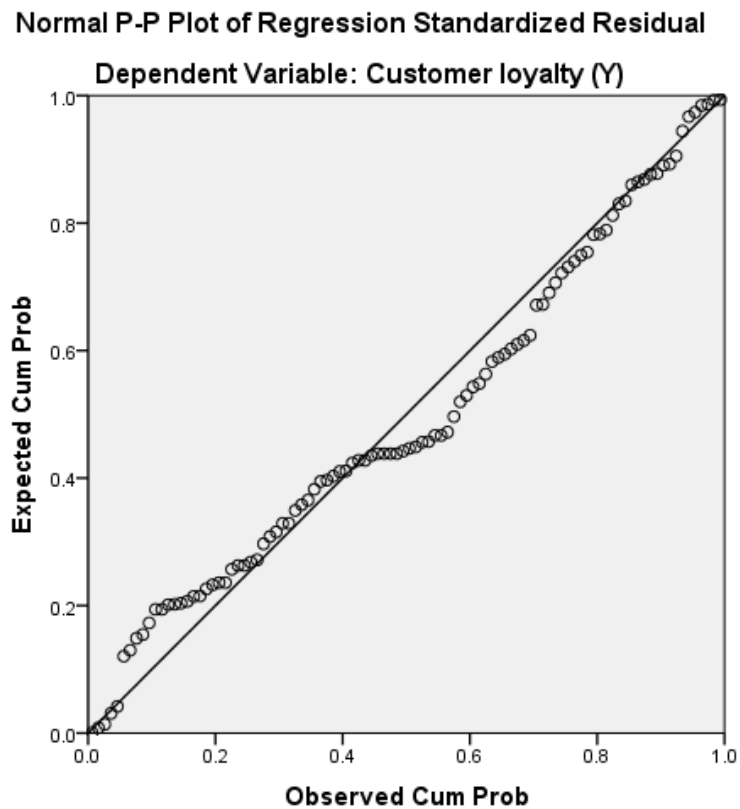
Uji prasyarat analisis atau sering disebut uji asumsi klasik merupakan uji yang harus terpenuhi sebelum melakukan uji hipotesis dalam analisis regresi linier berganda. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji

linieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi dan uji multikolinieritas harus terpenuhi.

1.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas, di mana akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan. Berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali". Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah distribusi variabel terkait untuk setiap variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau tidak dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai eror yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan pengujian grafik P-P Plot Of Regression Standardized Residual dapat di lihat dari gambar berikut :



Gambar 4. 3 Uji Normalitas

Sumber : *Output SPSS 20*

Grafik normal P-P Plot of Regression Standardized Residual di katakan normal dan memenuhi asumsi uji normalitas bila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dalam penelitian ini menggunakan uji Test Normality Kolmogorov-Smirnov, dengan dasar pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significanted) sebagai berikut :

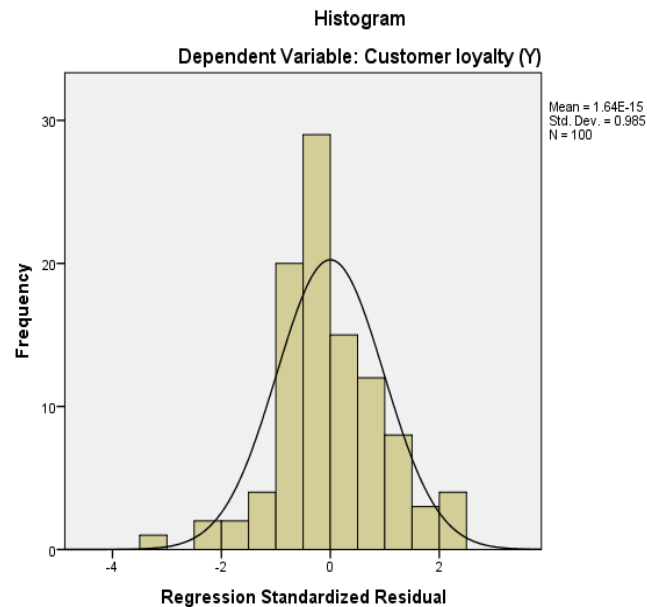
Tabel 2.7 One-Sample Kolmogrov-smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.53380965
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.042
	Negative	-.067
Test Statistic		.672
Asymp. Sig. (2-tailed)		.758

Sumber : output SPSS 24

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai test Kolmogorov-Smirnov diatas adalah 0,672 dan nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) 0,758 > 0,05. Nilai statistik Kolmogorov-Sminorv 0,758 > 0,05 residual dinyatakan terdistribusi normal. Dengan demikian model regresi layak digunakan untuk penelitian.

Gambar 4. 4 grafik histogram



Sumber : SPSS 24

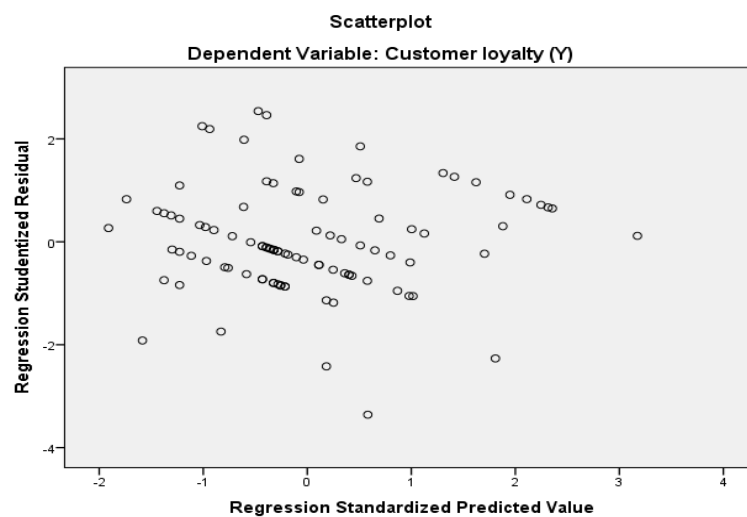
Berdasarkan gambar 4.4 grafik histogram terlihat bahwa distribusi membentuk lonceng. Hal ini secara subyektif penelitian dapat disimpulkan bahwa data residual regresi berdistribusi normal.

1.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Dalam persamaan regresi beranda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varian dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varian yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi Heteroskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas". Menurut Imam Ghozali (2013: 139) ada beberapa cara untuk mendeteksi heterokedastisitas yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara ZPRED

dan SRESID dimana sumbu Y adalah \hat{Y} yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y - \hat{Y}$ sesungguhnya) yang telah distudentized. Homoskedastisitas terjadi jika pada scatterplot titik-titik hasil pengolahan data antara ZPRED dan SRESID menyebar dibawah maupun di atas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur. Uji heteroskedastisitas terlihat pada pola grafik titik-titik yang menyebar pada (*scatterplot*) di bawah ini :

Gambar 4. 5 Uji heteroskedastisitas



Sumber : output SPSS 24

Berdasarkan Gambar Scatterplot diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang teratur dari angka 0 sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dikatakan tidak memiliki heteroskedastisitas pada model regresi ini, sehingga layak untuk dipakai sebagai prediksi variabel dependen yang berdasarkan pada masukan variabel independen. Maka dengan

demikian asumsi pada uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedaritas dalam model regresi penelitian ini terpenuhi pada tabel diatas.

4.5.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Pengujian adanya multikolinieritas ini dilakukan dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance* pada masing-masing variabel bebasnya. Jika nilai VIF nya lebih kecil dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1, maka tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2011).

Tabel 2.8 Hasil Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
6.795	2.860		2.376	.019		
,410	,156	,290	2,632	.010	,444	2,254
,426	.195	,230	2,184	.024	.485	2,064
.527	.090	.512	5.878	.000	.947	1.056

a. Dependent Variable: Customer loyalty (Y)
Sumber : output SPSS 24

Dapat di lihat dari tabel coefficientte diatas menunjukkan bahwa nilai statistics VIF tidak melebihi 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10. Jadi dapat di

simpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antara variabel independen di model regresi penelitian ini.

4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu hubungan secara linear dari dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah masing-masing dari variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang di gunakan dalam penelitian ini adalah dengan bantuan program komputer SPSS versi 24.0. ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 2.9 Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.795	2.860		2.376	.019
	Service quality (x1)	,410	,156	,290	2,632	.010
	Complain handling (x2)	,426	.195	,230	2,184	.024
	Customer experience (x3)	.527	.090	.512	5.878	.000

Sumber : Output SPSS 20

Dari hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

$$Y = 6,795 + 0,410X_1 + 0,426X_2 + 0,572X_3$$

Keterangan sebagai berikut :

Y = *customer loyalty*

X₁ = *service quality*

X₂ = *complain handling*

X₃ = *customer experience*

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

e = Error

dari koefisien regresi masing-masing variabel dapat di jelaskan sebagai berikut :

1. konstanta (a) = 6,795, nilai konstanta menunjukkan bahwa jika variabel bebas *service quality* (X₁), *complain handling* (X₂), dan *customer experience* (X₃) tidak mengalami perubahan maka nilai konstan dari *customer loyalty* adalah sebesar 6,796.

2. Angka koefisien variabel *service quality* adalah 0,410 bernilai positif, artinya setiap perubahan 1 (satu) satuan *service quality* akan menyebabkan perubahan pada *customer loyalty* akan meningkat sebesar 0,410 satuan dengan arah yang sama..

3. Angka koefisien variabel *complain handling* adalah 0,426, bernilai positif, artinya menunjukkan jika *complain handling* mengalami peningkatan maka *customer loyalty* juga akan meningkat sebesar 0,426.

4. Angka koefisien variabel variabel *customer experience* adalah 0,527 bernilai positif, artinya menunjukkan jika *customer experience* mengalami peningkatan maka *customer loyalty* juga akan meningkat sebesar 0,527

1.7 Analisis Uji Hipotesis

4.7.1 Uji F

Uji F yaitu uji yang menunjukkan apakah keseluruhan variabel independen (bebas) memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Hasil uji F dalam penelitian ini dapat di lihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 2.10 Anova

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	107.230	3	35.743	14.470	.000 ^b
Residual	237.130	96	2.470		
Total	344.360	99			

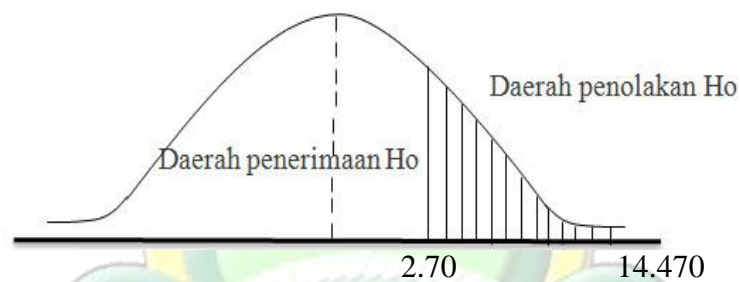
a. Dependent Variable: Customer loyalty (Y)

b. Predictors: (Constant), Customer experience (x3), Service quality (x1), Complain handling (x2)

Dari hasil pengujian SPSS 20 menunjukkan hasil ketiga variabel (*service quality, complain handling, customer experience*) nilai dari F hitung sebesar $14.470 >$ dari F tabel sebesar 2.70 serta tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan batas signifikansi sebesar 0,05, yang artinya ketiga variabel independen dalam penelitian ini memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen *customer loyalty*, maka dengan demikian H_0 di tolak dan H_a di terima. Dengan

demikian dapat disimpulkan bahwa *service quality, complain handling, customer experience* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer Loyalty* pada Natasha skin care dikudus . Gambar uji F dapat dilihat pada gambar di bawah ini

Gambar 4. 6 Kurva Uji F



4.7.2. Uji t

Uji t yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen (*service quality, complain handling, customer experience*) secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen (*customer loyalty*) . Dalam analisis regresi penelitian ini hasil uji t dapat dilihat dari tabel di bawah ini :

Tabel 2.11 Uji T

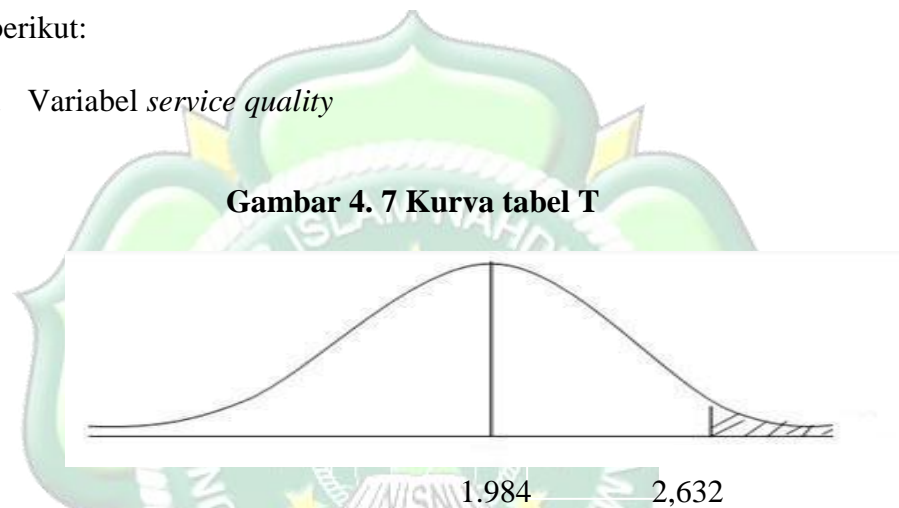
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error			
Model				Beta		
1	(Constant)	6.795	2.860		2.376	.019
	Service quality (x1)	,410	,156	,290	2,632	.010
	Complain handling (x2)	,426	.195	,230	2,184	.024

Customer experience (x3)	.527	.090	.512	5.878	.002
--------------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Customer loyalty (Y). sumber : outputSPSS 24

Untuk mengetahui t tabel dapat dicari dengan menggunakan rumus $df = n - k$. Dimana (n) adalah jumlah sampel, dan (k) adalah jumlah variabel dengan tingkat signifikansi = 0,025. Sehingga $df = 100 - 4 = 96$, maka diperoleh t tabel sebesar 1.98498. Hasil analisis uji parsial t dalam tabel 4.1.4 dapat disimpulkan sebagai berikut:

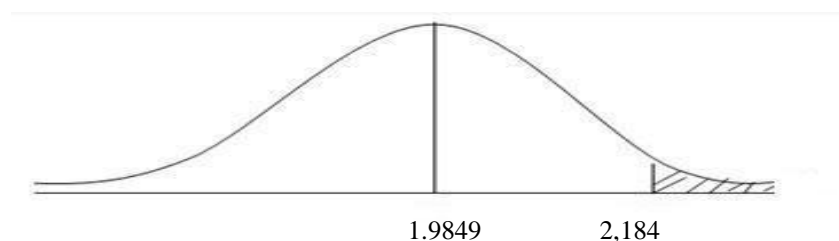
a. Variabel *service quality*



Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel *service quality* sebesar 2,632. Jadi nilai t hitung $2,632 > t$ tabel 1.98498 dan nilai signifikansi $0,010 < 0,025$, maka dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. dihasilkan bahwa *service quality* berpengaruh terhadap *customer Loyalty*.

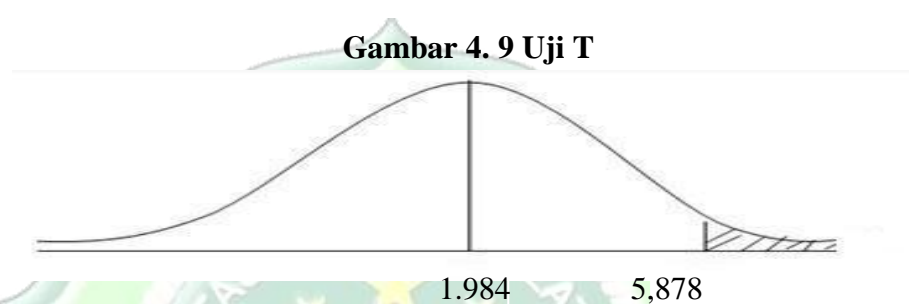
b. Variabel *complain handling*

Gambar 4. 8 Kurva Uji t



Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel *customer loyalty* sebesar 2,184. Jadi nilai t hitung $2,184 > t$ tabel 1.98498 dan nilai signifikansi $0,024 < 0,025$, maka dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. Dihasilkan bahwa *complain handling* berpengaruh terhadap *customer Loyalty*

c. Variabel *customer experience*



Berdasarkan tabel 15 dapat diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel *customer loyalty* sebesar 5,878. Jadi nilai t hitung $5,878 > t$ tabel 1.98498 dan nilai signifikansi $0,002 < 0,025$, maka dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. Dihasilkan bahwa *customer experience* berpengaruh terhadap *customer Loyalty*.

4.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol dan satu. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, berarti bahwa tidak adanya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikatnya, namun jika nilai $R^2 = 1$ berarti variabel bebas yang diteliti memiliki hubungan yang sempurna dengan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi dapat di lihat pada tabel *Model Summary* dibawah ini :

Tabel 2.12 Model Summary

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					R Square Change	F Change
1	.558 ^a	.311	.290	1.572	.311	14.470

a. Predictors: (Constant), Customer experience (x3), Service quality (x1),

b. Complain handling (x2)

b. Dependent Variable: Customer loyalty (Y)

Sumber : Output SPSS 24

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai Koefisien determinasi adalah sebesar 0,290. Hal tersebut menunjukkan bahwa 29,0% *customer loyalty* dapat di jelaskan oleh variabel *service quality, complain handling, customer experience*. sedangkan sisanya 71,0% *customer loyalty* di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

4.8 Pembahasan

1. Pengaruh *service quality* terhadap *customer loyalty*

Hasil olah data yang dijelaskan bahwa *service quality* memiliki pengaruh baik secara parsial terhadap *customer loyalty*. *service quality* memiliki pengaruh signifikan dengan arah positif, artinya semakin tinggi *service quality* yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi pula *customer loyalty* pada Natasha Skin dikudus. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari pengolahan data SPSS 24 yang menyatakan variabel X_1 *service quality* diperoleh dapat diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel *service quality* sebesar 2,632. Jadi nilai t hitung $2,632 > t$ tabel 1.98498 dan nilai signifikansi $0,010 < 0,025$, maka dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. dan batas signifikansinya 0,05 nilai signifikansi yang

dihasilkan adalah 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian hipotesis pertama dapat diterima. Semakin baik *service quality* maka semakin tinggi pengaruh terhadap *customer loyalty* pada Natasha Skin dikodus. Natasaha Skin Care diharapkan tetap mempertahankan *service quality* yang telah dipercayai oleh konsumen atau meningkatkan *service quality* yang lebih baik lagi. karena kehandalan yang diberikan natasha skin care sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen. hal tersebut dapat dilihat dari hasil dari jawaban responden mengenai *service quality* dimana nilai rata rata nya sebesar 4,37 dari indicator (kehandalan).

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang sebelumnya oleh Hasil penelitian yang dilakukan Yunita kartikasari, apriatni ep, bulan prabawani, (2013) memberikan hasil bahwa bahwa *service quality* memberikan pengaruh terbesar terhadap *customer loyalty*. Kemudian diperkuat dengan hasil penelitian Eugenia andrea dennisa, suryono budi santoso (2016) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*.

2. Pengaruh *complain handling* terhadap *customer loyalty*

Hasil olah data yang dijelaskan bahwa *complain handling* memiliki pengaruh baik secara parsial terhadap *customer loyalty*. *complain handling* memiliki pengaruh signifikan dengan arah positif, artinya semakin tinggi *complain handling* yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi pula *customer loyalty* pada Natasha Skin dikodus. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari pengolahan data SPSS 24 yang menyatakan variabel X_2 *complain handling* diperoleh dapat diketahui nilai t hitung untuk variabel *customer loyalty* sebesar

2,184. Jadi nilai t hitung $2,184 > t$ tabel $1,98498$ dan nilai signifikansi $0,024 < 0,025$, maka dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. Dengan demikian hipotesis pertama dapat diterima. Semakin baik *complain handling* maka semakin tinggi pengaruh terhadap *customer loyalty* pada Natasha Skin care dikodus. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil dari jawaban responden mengenai mengenai *complain handling* dimana nilai rata-ratanya sebesar 3,99 dari hasil jawaban responden dilihat dari indikator mengenai penyelesaian masalah yang dialami customer.

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang sebelumnya oleh Hasil penelitian yang dilakukan Gies Aprisia, Riri Mayliza, (2019) memberikan hasil bahwa disimpulkan bahwa variabel penanganan keluhan (*complain handling*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa penanganan keluhan (*complain handling*) secara signifikan dapat mempengaruhi *customer loyalty*. Kemudian diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nindya (2014) yang menyatakan penanganan keluhan secara parsial berpengaruh terhadap *customer loyalty*.

3. Pengaruh *customer experience* terhadap *customer loyalty*

Hasil olah data yang dijelaskan bahwa *customer experience* memiliki pengaruh baik secara parsial terhadap *customer loyalty*. *customer experience* memiliki pengaruh signifikan dengan arah positif, artinya semakin tinggi *customer experience* yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi pula *customer loyalty* pada Natasha Skin dikodus. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari pengolahan data SPSS 24 yang menyatakan variabel X_3 *customer experience* dapat diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel *customer loyalty* sebesar 2,184. Jadi

nilai t hitung $2,184 > t$ tabel $1,98498$ dan nilai signifikansi $0,002 < 0,025$, maka dengan demikian H_0 di tolak dan H_a diterima. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil dari jawaban responden mengenai *customer experience* dimana nilai rata rata nya sebesar $4,16$. dari indikator (competence).

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang sebelumnya oleh Hasil penelitian yang dilakukan oleh Endah kartika sari , serli wijaya, (2019) mengatakan bahwa adanya pengaruh signifikan pada *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan. kemudian diperkuat dengan hasil penelitian ardyan ,dkk (2016) mengatakan bahwa adanya pengaruh signifikan pada *customer experience* terhadap *customer loyalty*.

4. Pengaruh *service quality, complain handling* dan *costomer experience* terhadap *customer loyalty*

Hasil olah data yang dijelaskan bahwa *service quality, complain handling* dan *customer experience* memiliki pengaruh baik secara parsial terhadap *customer loyalty* Secara simultan atau bersama-sama *customer loyalty* dipengaruhi oleh *service quality, complain handling* dan *customer experience* dapat dilihat pada F hitung $(14,470) > F$ tabel $(2,70)$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima.