

**PENGARUH KOMPETENSI INDIVIDU DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN USAHA JASA DI SCOOT'S
BARBERSHOP MASAMBA**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana
Ekonomi Syariah (S.E) Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri
(IAIN) Palopo

Diajukan Oleh:

Kasmi
Nim 15.0401.0074

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO**

2019

**PENGARUH KOMPETENSI INDIVIDU DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN USAHA JASA DI SCOOT'S
BARBERSHOP MASAMBA**



IAIN PALOPO

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Diajukan Oleh:

KASMI
NIM. 15.0401.0074

Dibimbing oleh :

1. Burhan Rifuddin, SE.,M.M
2. Dr. Adzan Noor Bakri, SE.,Sy MA.Ek

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO

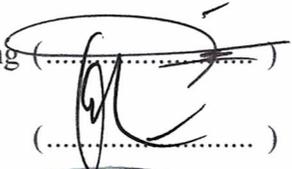
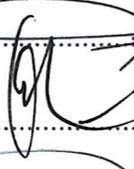
2019

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kompetensi Individu dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Usaha Jasa di Scoots Barbershop Masamba”** yang ditulis oleh **Kasmi, NIM. 15 0401 0074** Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari **Selasa, 06 Agustus 2019 M.** bertepatan dengan **01 Dzulhijah 1440 H**, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 04 Oktober 2019 M
05 Safar 1441 H

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M.	Ketua Sidang	()
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, M.A.	Sekretaris Sidang	()
3. Dr. Hj. Ramlah M, M.M.	Penguji I	()
4. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, M.A.	Penguji II	()
5. Burhan Rifuddin, S.E., M.M.	Pembimbing I	()
6. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., M.A.Ek	Pembimbing II	()

Mengetahui


Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP. 19610208 199403 2 001


Ketua Program Studi
Ekonomi Syariah
Dr. Fasiha, M.EI
NIP. 19810213 200604 2 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kasmi
NIM : 15.0401.0074
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa :

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan atau karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi adalah karya saya sendiri, selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, Mei 2019

 Yang Membuat Pernyataan
Kasmi
Nim. 15.0401.0074

PERSETUJUAN PENGUJI

Judul : Pengaruh Kompetensi Individu dan Kualitas Layanan Terhadap
Kepuasan Konsumen Usaha Jasa di *Scoots Barbershop* Masamba

Yang ditulis oleh :

Nama : **Kasmi**
Nim : 15.0401.0074
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Setelah dengan seksama memeriksa dan meneliti, maka skripsi ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk di ajukan ujian Munaqasyah.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Palopo, Mei 2019

Penguji I



Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP. 19610208 199403 2 001

Penguji II



Muh. Ruslan Abdullah, SE., MA
NIP. 19801004 200901 1 007

NOTA DINAS PENGUJI

Perihal : Skripsi Palopo, Mei 2019
Lamp :-
Kepada Yth.

Di _
Tempat

Assalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Kasmi
NIM : 15.0401.0074
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kompetensi Individu dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Usaha Jasa di *Scoots Barbershop* Masamba

Menyatakan bahwa skripsi ini sudah layak untuk di ajukan ujian Munaqasyah.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Penguji I


Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP. 19610208 199403 2 001

NOTA DINAS PENGUJI

Perihal : Skripsi Palopo, Mei 2019
Lamp :-
Kepada Yth.

Di _
Tempat

Assalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Kasmi
NIM : 15.0401.0074
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kompetensi Individu dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Usaha Jasa di *Scoots Barbershop* Masamba

Menyatakan bahwa skripsi ini sudah layak untuk di ajukan ujian Munaqasyah.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Penguji II


Muh. Ruslan Abdullah, SE., MA
NIP. 19801004 200901 1 007

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul : Pengaruh Kompetensi Individu dan Kualitas Layanan Terhadap
Kepuasan Konsumen Usaha Jasa di *Scoots Barbershop* Masamba

Yang ditulis oleh :

Nama : **Kasmi**
Nim : 15.04010074
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Setelah dengan seksama memeriksa dan meneliti, maka skripsi ini dinyatakan telah memenuhi syarat untuk di ajukan ujian Munaqasyah.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

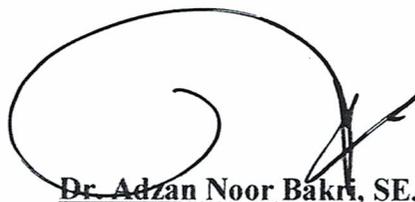
Palopo, Mei 2019

Pembimbing I



Burhan Rifuddin, SE., M.M
NIP. 1919670311 199803 1001

Pembimbing II



Dr. Adzan Noor Bakri, SE., Sy MA.Ek
NIP. 19870618 201503 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Perihal : Skripsi Palopo, Mei 2019
Lamp :-
Kepada Yth.

Di _
Tempat

Assalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Kasmi
NIM : 15.0401.0074
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kompetensi Individu dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Usaha Jasa di *Scoots Barbershop* Masamba

Menyatakan bahwa skripsi ini sudah layak untuk diajukan ujian Munaqasyah

Demikian untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Burhan Rifuddin, SE., M.M
NIP. 1919670311 199803 1001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Perihal : Skripsi Palopo, Mei 2019
Lamp :-
Kepada Yth.

Di _
Tempat

Assalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

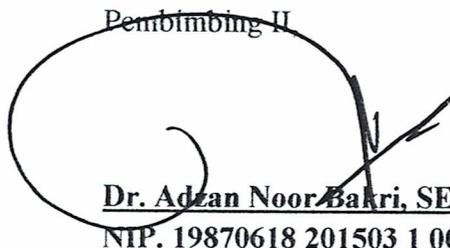
Nama : Kasmi
NIM : 15.0401.0074
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kompetensi Individu dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Usaha Jasa di *Scoots Barbershop* Masamba

Menyatakan bahwa skripsi ini sudah layak untuk di ajukan ujian Munaqasyah.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Wassalamu 'Alaikum Wr.Wb.

Pembimbing II



Dr. Adzan Noor Bakri, SE., Sy MA. Ek
NIP. 19870618 201503 1 004

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على اشرف الانبياء والمرسلين سيدنا محمد

اله واصحابه اجمعين

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadiran Allah swt. atas segala Rahmat dan Karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul ***“Pengaruh Kompetensi Individu dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Usaha Jasa di Scoots Barbershop Masamba”*** dapat diselesaikan tepat pada waktu dan sesuai dengan harapan.

Salawat dan salam atas junjungan Rasulullah saw. keluarga, sahabat dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Nabi yang diutus Allah swt. sebagai uswatun hasanah bagi seluruh alam semesta.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, petunjuk, masukan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada orang tercinta, ayahanda Suherman dan ibunda Nafisa yang senantiasa memanjatkan doa kehadiran Allah SWT. memohon keselamatan dan kesuksesan bagi putrinya, telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu banyak pengorbanan yang telah

mereka berikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. Sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas semua itu. Hanya doa yang dapat penulis berikan untuk mereka semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah SWT.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yaitu:

1. Dr. Abdul Pirol, M.Ag, sebagai Rektor IAIN Palopo, Wakil Rektor I, Dr. Rustan S. M.Hum, Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarif Iskandar, S.E., M.M dan Wakil Rektor III, Dr. Hasbi, M.Ag, yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dalam hal ini Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, MM. Wakil Dekan I, Dr Takdir, SH., MH. Wakil Dekan II, Dr. Rahmawati, M.Ag. Wakil Dekan III, Dr. Muh. Tahmid Nur, M.Ag. dan ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Ilham, S.Ag., M.A. yang telah banyak memberikan motivasi serta mencurahkan perhatiannya dalam membimbing dan memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Burhan Rifuddin, SE., M.M dan Dr. Adzan Noor Bakri, SE.,Sy MA,Ek yang masing-masing sebagai pembimbing I dan II yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Ibu dosen dan staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, khususnya dalam bidang pendidikan agama Islam.
5. Kepala perpustakaan dan segenap karyawan IAIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
6. Kepada saudara-saudaraku dan seluruh keluarga yang tak sempat penulis sebutkan yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat penulis (Dian Pratiwi, Ika Andriani Rusmin, Risma Yanti, Istin Yahya, Isra Yanti, Ramatiya, Nur Jannah, Rika, Hikma Nurhandayani) yang selalu ada dalam suka dan duka untuk penulis.
8. Teman-teman seperjuangan angkatan 2015 Ekonomi Syariah C yang selama ini selalu memberikan motivasi dan bersedia membantu serta senantiasa memberikan saran sehubungan dengan penyusunan skripsi ini.

Teriring doa, semoga amal kebaikan serta keikhlasan pengorbanan mereka mendapat pahala yang setimpal sari Allah swt. dan selalu diberi petunjuk ke jalan yang lurus serta mendapat Ridho-Nya amin.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan sistem ekonomi Islam dan semoga usaha penulis bernilai ibadah di sisi Allah swt. penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima

dengan hati yang ikhlas. Semoga skripsi ini menjadi salah satu wujud penulis dan bermanfaat bagi yang memerlukan serta dapat bernilai ibadah di sisi-Nya.

Palopo, Mei 2019

Kasmi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN SAMPUL	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	i
PERSETUJUAN PENGUJI	ii
NOTA DINAS PENGUJI	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
NOTA DINAS PEMBIMBING	vi
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Definisi Operasional Variabel.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	8
B. Dasar Teori.....	11
1. Kompetensi Individu.....	11

2. Kualitas Layanan.....	16
3. Kepuasan Konsumen.....	19
C. Kerangka Pikir.....	22
D. Hipotesis.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	24
B. Lokasi Penelitian.....	24
C. Populasi dan Sampel.....	24
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
E. Instrumen Penelitian.....	26
F. Teknik Analisis Data.....	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Scoots Barbershop Masamba.....	37
B. Karakteristik Responden.....	37
C. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	39

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA.....	69
----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

- Tabel 1.1 Deveinisi Operasional Variabel
- Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrumen
- Tabel 3.2 Uji Validitas Untuk Variabel Kompetensi Individu (X1)
- Tabel 3.3 Uji Validitas Untuk Variabel Kualitas Layanan (X2)
- Tabel 3.4 Uji Validitas Untuk Variabel Kepuasan Konsumen (Y)
- Tabel 3.5 Uji Realibilitas Untuk Variabel Kompetensi Individu (X1)
- Tabel 3.6 Uji Realibilitas Untuk Variabel Kualitas Layanan (X2)
- Tabel 3.7 Uji Realibilitas Untuk Variabel Kepuasan Konsumen (Y)
- Tabel 4.1 Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4.2 Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Usia
- Tabel 4.3 Deskriptif Responden Variabel Kompetensi Individu (X1)
- Tabel 4.4 Deskriptif Responden Variabel Kualitas Layanan (X2)
- Tabel 4.5 Deskriptif Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)
- Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas Data
- Tabel 4.7 Normal P-Plot Regresison Standardized Residual
- Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi
- Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedasitas
- Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas
- Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
- Tabel 4.12 Hasil Uji F (Simultan)

Tabel 4.13 Hasil Uji t (parsial)

Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi (R^2)

ABSTRAK

KASMI, 2019. “Pengaruh Kompetensi Individu dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Usaha Jasa di *Scoots Barbershop* Masamba”. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Pembimbing (I) Burhan Rifuddin, SE., M.M dan Pembimbing (II) Dr. Adzan Noor Bakri, SE.,Sy MA.Ek.

Kata Kunci : Kompetensi Individu, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen.

Skripsi ini membahas tentang bagaimana pengaruh kompetensi individu dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, dengan mengangkat beberapa permasalahan yakni : (1) Apakah kompetensi individu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *scoots barbershop* Masamba. (2) Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *scoots barbershop* Masamba.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen pengguna jasa pada usaha jasa di *Scoots Barbershop* Masamba. Sampel yang diambil adalah sebanyak 100 responden dengan menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, karena hanya yang sudah pernah menggunakan jasa pada *scoots barbershop* Masamba yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 12,966 + 0,044 + 0,264$. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, bahwa data tersebut berdistribusi normal, tidak terjadi multikolinearitas, tidak terjadi heterokedasitas serta tidak terjadi autokorelasi. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar 0,349 artinya kompetensi individu secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa di *scoots barbershop* Masamba adapun hasil dari kualitas layanan diperoleh tingkat signifikan sebesar 0,000 artinya kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa di *scoots barbershop* Masamba.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masalah pelayanan bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi jika hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan dikarenakan sifatnya yang sensitif. Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tatakrama. Kualitas pelayanan adalah hal yang sangat mempengaruhi kepuasan konsumen. Apabila perusahaan mampu menyediakan pelayanan serta aspek lain yang melebihi dari harapan konsumen maka kepuasan akan terjadi, tetapi sebaliknya jika perusahaan tidak dapat memenuhi pelayanan yang diharapkan konsumen, maka dipastikan tidak akan mendapatkan loyalitas konsumen karena sebab utama dari kepuasan konsumen ada pada kualitas pelayanannya.¹

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata diterima atau diperoleh dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan terhadap atribut pelayanan suatu perusahaan. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup. Dalam artikel Khoirullah, Andi Tri Hariono, SE.,MM. dan Sriwulan, SE.,MM menyatakan bahwa pelayanan dan loalitas merupakan kesatuan

¹Titien Alwiyah, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen yang Menginap Pada Hotel Diamond di Kota Samarinda*”, (Samarinda: Universitas Mulawarman, 2018), Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.6 No.2, h.804.

yang utuh, menciptakan *service* yang dapat memberikan kepuasan tinggi kepada konsumen, maka akan membuat konsumen loyal dengan usaha yang ditawarkan.²

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna jual dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil yang sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen merasa puas, dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen merasa sangat puas. Winda Puji Astuti dkk menyatakan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang perusahaan.³

Penelitian Agung Viratmadi, mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan akan memiliki dampak yang signifikan dan pembelian ulang (*repurchase*). Bila terdapat kesenjangan antar keduanya maka pelanggan tidak akan membeli produk itu kembali. Kualitas pelayanan memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan sehingga memungkinkan

²Khoirullah, *et.al*, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Roti Bakar Breadhouse Sirojudin Tembalang Semarang)”, (Semarang: Universitas Pandanaran Semarang), h.2.

³Winda Puji Astuti, *et.al*, “Pegembangan Manajemen Talenta Terhadap Kualitas Pelayanan dengan Kinerja Karyawan Sebagai Variabel Intervening di BRT Tran Semarang PT Matra Semar Semarang”, (Semarang: Universitas Pandanaran Semarang, 2018), Jurnal Off Manajemen, Vol.4 No.4, h.5.

perusahaan untuk memahami dengan cermat harapan dan kebutuhannya yang akhirnya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesehatan pada perusahaan yang dipengaruhi oleh dua variabel yaitu variabel layanan yang dirasakan (*perceived service*) dan variabel layanan yang diharapkan (*expected service*).⁴

Mengeluti bisnis *barbershop* dari era sekarang, ternyata tidaklah mudah. Disamping, dituntut mengetahui keterampilan dan mutu pelayanan terhadap konsumen harus bagus, sesuai dengan realita banyak *barbershop* yang hanya mengandalkan manajemen dalam menunjang perkembangan *barbershop* kedepan, hal ini menandakan banyaknya tenaga kerja yang belum memadai kebanyakan hanya bertamatkan SMA saja dan mengadakan keahlian yang didapat dari kursus-kursus kilat. Kebanyakan karyawannya hanya mengandalkan keterampilan atau kompetensi saja tanpa melibatkan dan memperhitungkan kualitas SDM khususnya salon yang memiliki perizinan salon dan PLS (Pendidikan Luar Sekolah) dituntut kelengkapan fasilitas *barbershop* yang cukup memadai dan SDM yang benar-benar memadai sehingga lulusan PLS yang dibina dapat memiliki kompeten sesuai dengan harapan. Keterampilan atau keahlian (*skill*) merupakan kecakapan tugas-tugas yang bersifat teknis atau non teknis dalam artikel Famella, Sri Wahyu Lelli Hana Setianti dan Ana Mufidah keahlian kerja (*professional*) merupakan gambaran tumpuan dari dasar bagi kinerja karyawan,

⁴Agung Firatmadi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan”, (Jakarta Timur: Universitas Jayabaya, 2017), *Jurnal Off Business Studien*, Vol.2 No.2, h.81.

dimana keahlian, bagian dari keterampilan. Keterampilan atau kompetensi individu yang tinggi akan menghasilkan kinerja karyawan yang tinggi juga.⁵

Perkembangan bisnis *barbershop* tidak terlepas dari meningkatnya kebutuhan gaya hidup dikalangan pria yang menginginkan tampilan yang lebih rapi dan keren.⁶ *Barbershop* juga tentunya tidak lepas dari perkembangan sistem informasi, informasi yang diperoleh diantaranya jumlah pelanggan, data keuangan dan lain – lain, hal ini tentunya juga merupakan hal yang perlu diteliti, karena seiring perkembangan zaman teknologi yang digunakan pun terus berkembang.⁷ Hal utama yang harus diprioritaskan pada jasa *barbershop* adalah kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan konsumen, kualitas pelayanan menjadi topik yang menarik untuk dikaji dikarenakan kualitas pelayanan dapat menentukan kepuasan konsumen atas produk yang ditawarkan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi pebisnis *barbershop*.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik mengambil judul tentang pengaruh keterampilan karyawan dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen usaha jasa di *scoots barbershop* Masamba.

⁵Famella, et al, “Pengaruh Keterampilan Kerja, Pengalaman Kerja, dan Sikap Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Kabupaten Bonwoso”, (Jember: Universitas Jember, 2015), Artikel Ilmiah Mahasiswa, h.5.

⁶Novia Widya Utami, “6 Tips Memulai dan Mengembangkan Bisnis Barbershop,” Blog Novia Widya Utami. [https://www. Jurnal.id/id/blog/2017/6-tips-memulai-mengembangkan-bisnis-barbershop](https://www.jurnal.id/id/blog/2017/6-tips-memulai-mengembangkan-bisnis-barbershop) (31 Juli 2018).

⁷Mochamad Robawi Diyar, et al, ” Implementasi Sistem Informasi Pelayanan Jasa (Studi Kasus Pada Seventy Razors Barbershop Cabang Malang)”, (Malang: Universitas Brawijaya, 2017), Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.47 No.2, h.131.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kompetensi individu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *Scoots Barbershop* Masamba ?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *Scoots Barbershop* Masamba ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Ingin mengetahui pengaruh kompetensi individu terhadap kepuasan konsumen di *Scoots Barbershop* Masamba.
2. Ingin mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di *Scoots Barbershop*.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini semoga dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan khususnya bagi rekan-rekan mahasiswa, masyarakat yang menjadi konsumen di *Scoots Barbershop* Masamba, maupun penulis pribadi. Dalam penelitian serta pembahasan ini diharapkan mempunyai manfaat antara lain :

1. Sebagai bahan perbandingan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang lebih lanjut.
2. Dapat menjadi sumbangan bagi masyarakat yang menjadi konsumen di *Scoots Barbershop* Masamba tentang tingkat kepuasan konsumen di *Scoots Babershop* Masamba.

3. Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman penulis tentang usaha jasa *barbershop*.

E. Definisi Operasional Variabel

Proposal ini berjudul “Pengaruh Kompetensi Individu dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Usaha Jasa di *Scoots Barbershop Masamba*” untuk itu sangat penting mendefinisikan operasional variabel agar tidak terjadi kesalahan penafsiran kepada pembaca serta memudahkan penelitian.

Tabel 1.1

Variabel	Devinisi Operasional	Indikator
Kompetensi Individu (X1)	Karakteristik yang mendasari seseorang yang berkaitan dengan efektivitas kinerja individu dalam pekerjaannya atau karakteristik dasar individu yang memiliki hubungan kausal atau sebagai sebab akibat dengan kriteria yang dijadikan acuan, efektif atau berkinerja prima atau superior di tempat kerja atau pada situasi tertentu.	Moehariono 1. Kemampuan umum (<i>general ability</i>) 2. Kesedian pengorbanan (<i>willingness to do more</i>) 3. Kreativitas kepemimpinan (<i>creative leadership</i>) 4. Pengarahan tujuan yang objektif (<i>goal & projective setting</i>) 5. Manajerial 6. Pengendalian emosi (<i>emotional quotient</i>) 7. Kepribadian (<i>personality</i>)

		8. Hubungan sosial / relasi <i>(human relation)</i> 9. Gaya kerja (<i>work style</i>) 10. Loyalitas 11. Potensi kerja. ⁸
Kualitas Layanan (X2)	Sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.	ServQual dalam Handi Irawan 1. Bukti langsung (<i>tangible</i>) 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>assurance</i>) 5. Empati (<i>emphaty</i>). ⁹
Kepuasan Konsumen (Y)	Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya.	Tony Sitinjak <i>et al</i> 1. Mutu pelayanan 2. Harga 3. Waktu pelayanan 4. Keamanan. ¹⁰

⁸Moeheriono, “*Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*”, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2014), h.25-26.

⁹Handi Irawan, “*10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*”, (Jakarta : PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, 2002), h.57-73.

¹⁰Safira Farizah Nasbir, “*Pengaruh Kualittas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair Nets*”, (Kendari: Universitas Halu Oleo, 2017), h.24-25.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. *Penelitian Terdahulu yang Relevan*

Bambang Petrus Simamotra dan Supriono (2017), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualittas Pelayanan *Dwelling Time* dan *Biilling System* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jakarta International Container Termial)” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh secara simultan dan parsial dari komponen kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3), terhadap kepuasan pelanggan di Jakarta International Container Terminal, serta untuk mengetahui dan menjelaskan manakah diantara ketiga variabel kualitas pelayanan yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan metode populasi atau sensus dengan pendekatan kuantitatif. Sampel berjumlah 35 orang pengguna jasa *billing system* di Jakarta International Container Terminal. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Hasil teknis analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.¹

Cynthia Violita Wijaya (2017), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan

¹Bambang Petrus Simamora, *et.al*, “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Dwelling Time* dan *Biilling System* Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jakarta International Container Terminal)”, (Malang: Universitas Brawijaya Malang, 2017), *Jurnak Administrasi Bisnis*, Vol.49 No.1, h.179.

Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy”. Tujuan penelitian ini untuk menganalisa pengaruh dari harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk serta mengetahui faktor mana yang berpengaruh dominan. Dalam pengumpulan data peneliti menyebarkan 100 kuesioner kepada konsumen dari Depot Bu Rudy. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Dari hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan maupun simultan terhadap kepuasan konsumen di Depot Bu Rudy.²

Saskia Papatungan dan Rosalina A.M. Koleangan (2019), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kepuasan Kerja dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Hasjrat Abadi Manado”. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan kerja dan kompetensi terhadap kinerja karyawan pada PT. Hasjrat Abadi Manado. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Hasjrat Abadi Manado dan sampel sebanyak 100 karyawan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan tehnik analisis dan menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan kerja dan kompetensi berpengaruh secara simultan terhadap kinerja karyawan pada PT. Hasjrat Abadi Manado. Secara parsial, kepuasan kerja dan kompetensi berpengaruh terhadap kinerja karyawan pada PT. Hasjrat Abadi Manado. Sebaiknya manajemen perlu menumbuhkan kesadaran diri agar mampu

²Cynthia Violita Wijaya, “*Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy*”, (Surabaya : Universitas Kristen Petra, 2019), Vol.5 No.1, h. 1.

mengelola dan meningkatkan kepuasan kerja yang ada pada dirinya sehingga dapat meningkatkan kinerja.³

Penelitian tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Beberapa diantaranya adalah Bambang Petrus Simamotra dan Supriono menemukan bahwa hasil teknis analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu kehandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X3) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Penelitian selanjutnya oleh Cynthia Violita Wijaya dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen depot madiun masakan khas bu Rudy. Dari hasil penelitian ini menyatakan bahwa harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan maupun simultan terhadap kepuasan konsumen di Depot Bu Rudy. Selanjutnya, Arfina Utami dan Anggraini Sukmawati dalam penelitiannya yang membahas tentang pengaruh kompetensi terhadap kepuasan kerja dan *work engagement* karyawan UKM kluster hasil pengolahan perikanan di Bogor. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kepuasan kerja dipengaruhi oleh kompetensi dan kompensasi. *Work engagement* dipengaruhi oleh kompetensi dan kepuasan kerja tetapi tidak dipengaruhi oleh kompensasi.

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan di atas dapat disimpulkan bahwa persamaan yang mendasar tentang penelitian terdahulu yang relevan di atas dengan penelitian penulis yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh

³Saskia Papatungan dan Rosalina A.M. Koleangan, "Pengaruh Kepuasan Kerja dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Hasjrat Abadi Manado", (Manado : Universitas Sam Ratulangi, 2019), Jurnal EMBA, Vol.7 No.2, h.1531-1540.

kompetensi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan sama-sama menggunakan program aplikasi SPSS dalam mengolah data. Perbedaannya terdapat pada lokasi, waktu, tempat dan sampel yang digunakan oleh peneliti serta penulis lebih memilih meneliti pada suatu usaha jasa di *Scoots Barbershoop* yang terletak pada daerah Masamba Kabupaten Luwu Utara.

B. Dasar Teori

1. Kompetensi Individu

Menurut M. Kadarisman kompetensi merupakan salah satu faktor dalam usaha mencapai suksesnya pencapaian tujuan organisasi. Bagi karyawan-karyawan baru ataupun karyawan-karyawan yang menghadapi pekerjaan baru, diperlukan adanya tambahan kompetensi guna melaksanakan tugas-tugasnya dengan baik.⁴ Spencer *and* Spencer mengemukakan bahwa kompetensi merupakan karakter sikap dan perilaku, atau kemampuan individual yang relatif bersifat stabil ketika menghadapi suatu situasi di tempat kerja yang terbentuk dari sinergi antara watak, konsep diri, motivasi internal, serta kapasitas pengetahuan kontekstual.⁵

Menurut Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Ankabut : 69

وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا وَإِنَّ اللَّهَ لَمَعَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٦٩﴾

Terjemahnya :

⁴M.Kadarisman, “*Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*”, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), h.53-54.

⁵Wayan Bagia, “*Perilaku Organisasi*”, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2015), h.26.

“Dan orang-orang yang berjihad untuk (mencari keridhaan) Kami, benar-benar akan Kami tunjukkan kepada mereka jalan-jalan Kami dan sesungguhnya Allah benar-benar beserta orang-orang yang berbuat baik”.⁶

Ayat tersebut menjelaskan bahwa seorang karyawan yang mencari keridhaan Allah maka Allah akan memudahkan jalannya dan seorang karyawan dalam bekerja pasti mempunyai visi dan misi agar sesuatu yang dikerjakan akan berbuat baik.

Sumber Daya Manusia adalah potensi yang menjadi motor penggerak perusahaan/organisasi. Setiap Sumber Daya Manusia berbeda-beda potensinya, maka kontribusinya dalam bekerja untuk mengkonkritkan Rencana Operasi Bisnis menjadi kegiatan bisnis tidak sama satu dengan yang lain. Kontribusi itu sesuai dengan kompetensi dan keahlian masing-masing harus dihargai antara lain dalam bentuk finansial. Dalam kenyataannya semakin tinggi kompetensi yang dimiliki seseorang maka semakin besar pula penghargaan finansial yang harus diberikan, yang berpengaruh pula pada biaya (*cost*) produksi, sehingga Sumber Daya Manusia berfungsi juga sebagai investasi.⁷

Menurut Rinaldi Hidayat m nj l sk n b hw “Komp t nsi d l h su tu k m mpu n untuk m l ks n k n t u m l kuk n su tu p k rj n y ng dil nd si

⁶Kementerian Agama RI, Al-Quran dan Terjemahnya, (Bandung, 2015), h.396.

⁷Jon Henri Purba, “Perencanaan Strategi Sumberdaya Manusia dan Prestasi Kerja Karyawan”, (Medan: Universitas Methodist Indonesia, 2018), Jurnal Manajemen, Vol.4 No.1, h.45.

tidak terampil dan pengetahuan didukung oleh sikap kerja yang dituntut oleh perusahaan tersebut”.⁸

Menurut Moehariono indikator yang digunakan dalam keterampilan karyawan yaitu:⁹

1) Kemampuan umum (*general ability*) merupakan kemampuan menyelesaikan masalah atau tugas-tugas secara umum yang meliputi daya kecerdasan, daya analisis, daya berpikir/nalar, daya abstraksi, daya tanggap/tangkap. Misalnya, karyawan mampu mencukur dengan cepat dengan model rambut pompadour yang sekarang banyak diminati oleh kalangan pemuda.

2) Kesiapan pengorbanan (*willingness to do more*) merupakan satu ungkapan yang menjelaskan kesiapan dan penyerahan diri seseorang individu tanpa ada paksaan. Kesiapan pengorbanan mencakup inisiatif, keuletan, semangat kerja, daya tahan kerja dan kerja sama. Contohnya, karyawan *barbershop* mengorbankan waktunya yang seharusnya sudah tidak melayani konsumen akan tetapi dikarenakan konsumen masih ada, maka karyawan kembali melayaninya.

3) Kreativitas kepemimpinan (*creative leadership*) merupakan proses pemikiran yang membantu mencetuskan berbagai gagasan baru yang merupakan salah satu sifat manusia yang dibentuk dari proses pengalaman sehingga orang tersebut bisa terus memperbaiki dan mengembangkan dirinya. Contohnya, pemimpin

⁸Rinaldi Hidayat, *et, al*, “Pengaruh Kepribadian Karyawan dan Kompetensi Karyawan Terhadap Prestasi Kerja”, (Malang: Universitas Brawijaya, 2017), Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.49 No.2, h.131.

⁹Moehariono, “Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi”, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2014), h.25-26.

kreatif mampu menyederhanakan aktivitas operasional, menciptakan produk dan jasa, berhubungan dengan pelanggan dan warga secara imajinatif, dan mendesain kegiatan mereka agar lebih sederhana sehingga organisasi mampu bergerak lebih cepat dan fleksibel.

4) Pengarahan tujuan yang objektif (*goal & objective setting*) adalah untuk membuat atau mendapatkan para karyawan melakukan apa yang diinginkan dan harus mereka lakukan. Fungsi ini melibatkan kualitas, gaya dan kekuasaan pemimpin serta kegiatan-kegiatan kepemimpinan seperti komunikasi dan tepat janji, komunikasi dan komitmen. Contohnya, karyawan *barbershop* mampu berkomunikasi dengan baik kepada konsumen.

5) Manajerial adalah kemampuan untuk mengatur mengordinasikan dan menggerakkan karyawan kearah pencapaian tujuan yang telah ditentukan organisasi. Kemampuan manajerial tidak begitu saja muncul, kemampuan ini lahir dari suatu proses yang panjang yang terjadi secara perlahan-perlahan melalui proses pengamatan dan belajar. Contohnya, untuk menentukan akar masalah, seorang manajer mungkin perlu berbicara dengan banyak anggota organisasi atau memahami berbagai dokumen informasi.

6) Pengendalian emosi (*emotional quotient*) adalah kemampuan seseorang untuk menerima, menilai, mengelola serta mengontrol emosi dan orang lain disekitarnya. Dalam hal ini emosi mengacu pada perasaan terhadap informasi akan suatu hubungan. Contohnya, karyawan *barbershop* mampu mengendalikan emosi apabila mendapatkan banyak keluhan dari konsumen.

7) Kepribadian (*personality*) adalah keseluruhan cara seorang individu bereaksi dan berinteraksi dengan individu lain paling sering dideskripsikan dalam istilah sifat yang bisa diukur yang ditunjukkan oleh seseorang. Kepribadian (*personality*) meliputi kepercayaan diri, stabilitas emosi, daya tahan stres, dan kematangan diri. Contohnya, Tono mempunyai kepercayaan diri yang tinggi bahwa apa yang diberikan kepada konsumennya sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

8) Hubungan sosial/relasi (*human relation*) adalah sebuah hubungan timbale balik yang terjadi antara manusia atau kelompok manusia yang satu dengan yang lainnya. Hubungan sosial terjadi karena kebutuhan sosial yang terjadi di dalam masyarakat dan salah satu syarat terjadinya hubungan sosial adalah adanya komunikasi. Contohnya, karyawan *barbershop* mampu berkomunikasi dengan baik kepada pelanggannya sehingga pelanggan merasa nyaman berada pada tempat tersebut.

9) Gaya kerja (*work style*) adalah kesatuan dari berbagai cara/tindakan yang didasari oleh sistem nilai dan asumsi seseorang dan ditampilkan. Gaya kerja meliputi ketekunan kerja, ketelitian kerja, tanggung jawab, tempo kerja, sistematika kerja dan kerapian kerja. Contohnya, karyawan A teliti serta bertanggung jawab atas apa yang mereka kerjakan.

10) Loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan dan kepatuhan karyawan terhadap perusahaan. Loyalitas menggambarkan bagaimana seorang karyawan bersikap dan berperilaku dalam mendukung kelangsungan kinerja suatu organisasi atau suatu perusahaan dan loyalitas tersebut harus terus dikembangkan

setiap hari agar karyawan tetap terus bersikap dan berperilaku positif. Contohnya, seorang karyawan bisa dikatakan loyal apabila memperoleh kenyamanan dari perusahaan.

11) Potensi kerja (*work potential*) merupakan kemampuan, kekuatan, baik yang belum terwujud maupun yang telah terwujud yang dimiliki seseorang, tetapi belum sepenuhnya terlihat atau dipergunakan secara maksimal oleh seseorang. Potensi kerja meliputi motivasi kerja, inisiatif kerja, semangat kerja, bakat kerja dan metode kerja. Contohnya, seorang karyawan ingin memuaskan pelanggannya sehingga karyawan tersebut bersungguh-sungguh dalam melakukan pekerjaannya.

2. Kualitas Layanan

Lupiyoadi mendefinisikan kualitas pelayanan (*Service Quality*) sebagai seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Sedangkan menurut Subihaiani kualitas layanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected value*).

Jadi, kualitas layanan adalah hasil penilaian pelanggan atas seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan dari suatu layanan yang mereka terima dari penyedia layanan (perusahaan), baik penilaian itu secara sebagian maupun secara keseluruhan.¹⁰

¹⁰Harun Al Rasyid, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-jek", (Jakarta: AMIK BSI, 2017), Jurnal *Ecodemica*, Vol.1 No.2, h.212.

Menurut Moenir, pelayanan yang perlukan manusia pada dasarnya ada 2 jenis yaitu:¹¹

a. Pelayanan Fisik

Pelayanan ini bersifat pribadi sebagai manusia, pendek kata seluruh hidupnya manusia tergantung pada fungsi pelayanan, dalam berbagai macam corak dan bentuk serta kualitas.

b. Pelayanan Administrasi

Pelayanan ini bersifat pembelian pelayanan diberikan kepada orang lain selaku anggota organisasi dalam memberikan jasa kepada yang bersangkutan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kualitas pelayanan ada dua yaitu:¹²

- 1) Pelayanan yang diharapkan (*expected service*)
- 2) Pelayanan yang dirasakan (*persived service*).

Indikator yang digunakan kualitas layanan dalam konsep ServQual dalam Handi Irawan yaitu:¹³

- a. Bukti langsung (*tangible*), yaitu meliputi fasilitas fisik, penampilan personel dan sarana komunikasi. Contoh pelanggan akan memberikan penilaian yang baik apabila bengkel mobil mempunyai peralatan yang canggih. Itullah sebabnya, pelanggan masih merasa puas dengan bengkel dari dealer resmi

¹¹Titien Alawiyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Diamond di Kota Samarinda", (Samarinda: Universitas Mulawarman, 2018), Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.6 No.2, h.806.

¹²Heri Susilo, *et, al*, "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandung", (Semarang: Universitas Pandanaran), h.6.

¹³Handi Irawan, "10 Prinsip Kepuasan Pelanggan", (Jakarta : PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramadia, 2002), h.57-73.

walaupun biayanya lebih mahal. Peralatan yang canggih, akan memberikan kesan kepada pelanggan bahwa bengkel tersebut memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi. Selain gedung dan peralatan, pelanggan akan menilai seragam dan penampilan fisik dari karyawan.

- b. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan serta seberapa jauh suatu perusahaan mampu memberikan pelayanan yang akurat atau tidak *error*. Contoh sebuah supermarket dikatakan tidak *reliable* atau tidak dapat diandalkan kalau salah menghitung jumlah yang harus dibayar oleh pelanggannya.
- c. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu harapan pelanggan terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu. Sebagai contoh adalah hasil survey yang dilakukan oleh Frontier selama 5 tahun terakhir ini dalam industri perbankan. Lima tahun yang lalu, 90% dari nasabah di Jakarta akan puas apabila waktu menunggu dicabang suatu bank sebelum melakukan transaksi adalah antara 10-15 menit. Pada tahun ini, 90% dari nasabah di Jakarta mengharapkan agar lama menunggu adalah sekitar 3-5 menit.
- d. Jaminan (*assurance*), yaitu berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku *front-line staf* dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para pelanggannya. Contoh, saat pertama kali kita masuk ke *lobby* hotel, senyum dan keramahan dari petugas resepsionis akan menjadi *moment of truth* pertama yang menentukan persepsi tamu hotel terhadap kualitas pelayanan. Selanjutnya, akan mempengaruhi evaluasi tamu hotel terhadap

kepuasannya. Contoh lain, secarik kertas yang diberi nama polis. Dengan polis ini, pelanggan diyakinkan bahwa mereka akan dapat melakukan klaim apabila suatu saat mobilnya mendapatkan kecelakaan. Keyakinan pelanggan terhadap polis akan banyak dipengaruhi oleh kredibilitas atau reputasi dari perusahaan asuransi tersebut. “Anda aman dalam genggamannya kami”. Demikianlah salah satu slogan dari perusahaan asuransi kelas dunia. Melalui slogan ini, perusahaan asuransi ingin memberikan keyakinan bahwa mereka memberikan jaminan keamanan. Tak pelak lagi, bagi pelanggan, keyakinan terhadap perusahaan asuransi adalah hal yang sangat penting dalam menentukan perusahaan asuransi yang akan digunakan.

- e. Empati (*emphaty*), yaitu meliputi kemudahan dalam hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Contoh, Anda ingin menginap di suatu hotel berbintang yang sudah menjadi langganan Anda. Sebagai pelanggan loyal seyogyanya pihak hotel mempunyai catatan yang lengkap. Saat Anda *chek-in*, mungkin resepsionis akan mengajukan pertanyaan “apakah Bapak menginginkan kamar yang *smoking* atau *non-smoking*?” ini tidak akan menciptakan *moment of truth* yang positif. Pihak hotel seharusnya mempunyai catatan yang lengkap mengenai hal ini. Akan lebih efektif bila pihak resepsionis mengatakan “Untuk konfirmasi, sesuai dengan kebiasaan Bapak, kamar yang dipilih adalah *non-smoking*”. Perbedaan ini sungguh nyata dan terjadi karena perusahaan memiliki kemampuan untuk meng-*update* informasi pelanggan.

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Sedangkan kepuasan konsumen adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian.¹⁴

Sirhan Fikri *et. al*, membedakan tiga tipe kepuasandan dua tipe ketidakpuasan, yakni:¹⁵

a. *Demanding customer satisfaction*

Tipe ini merupakan tipe kepuasan yang aktif. Adanya emosi positif dari konsumen, yakni optimisme dan kepercayaan.

b. *Stable customer satisfaction*

Konsumen dengan tipe ini memiliki tingkat aspirasi pasif dan perilaku yang menuntut. Emosi positifnya terhadap penyedia jasa bercirikan *steadiness* dan *trust* dalam relasi yang terbina saat ini. Konsumen menginginkan segala sesuatunya tetap sama.

c. *Resigned customer satisfaction*

¹⁴Rendy Gulla, *et. al*, “Analisis Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn”, (Manado: Universitas Sam Ratulangi, 2015), Jurnal EMBA, Vol.3 No.1, h.1314.

¹⁵Sirhan Fikri, *et. al*, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang)”, (Malang: Universitas Merdeka, 2016), Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol.3 No.1, h.122.

Konsumen dalam tipe ini juga merasa puas, namun, kepuasannya bukan disebabkan oleh pemenuhan harapan, namun lebih didasarkan pada kesan bahwa tidak realistis untuk ber-harap lebih.

d. Stable customer dissatisfaction

Konsumen dalam tipe ini tidak puas terhadap kinerjanya, namun mereka cenderung tidak melakukan apa-apa.

e. Demanding dissatisfaction

Tipe ini bercirikan tingkat aspirasi aktif dan perilaku menuntut. Pada tingkat emosi, ketidakuasannya menimbulkan protes dan oposisi.

Indikator yang digunakan dalam kepuasan konsumen menurut Safira Farizah Nasbir yaitu:¹⁶

1) Mutu pelayanan, yaitu berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu. Contohnya, pelayanan yang diberikan oleh karyawan *barbershop* sudah memuaskan pelanggannya.

2) Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain. Contohnya, harga yang ditawarkan oleh *scoots barbershop* lebih murah dari dari *barbershop* lainnya.

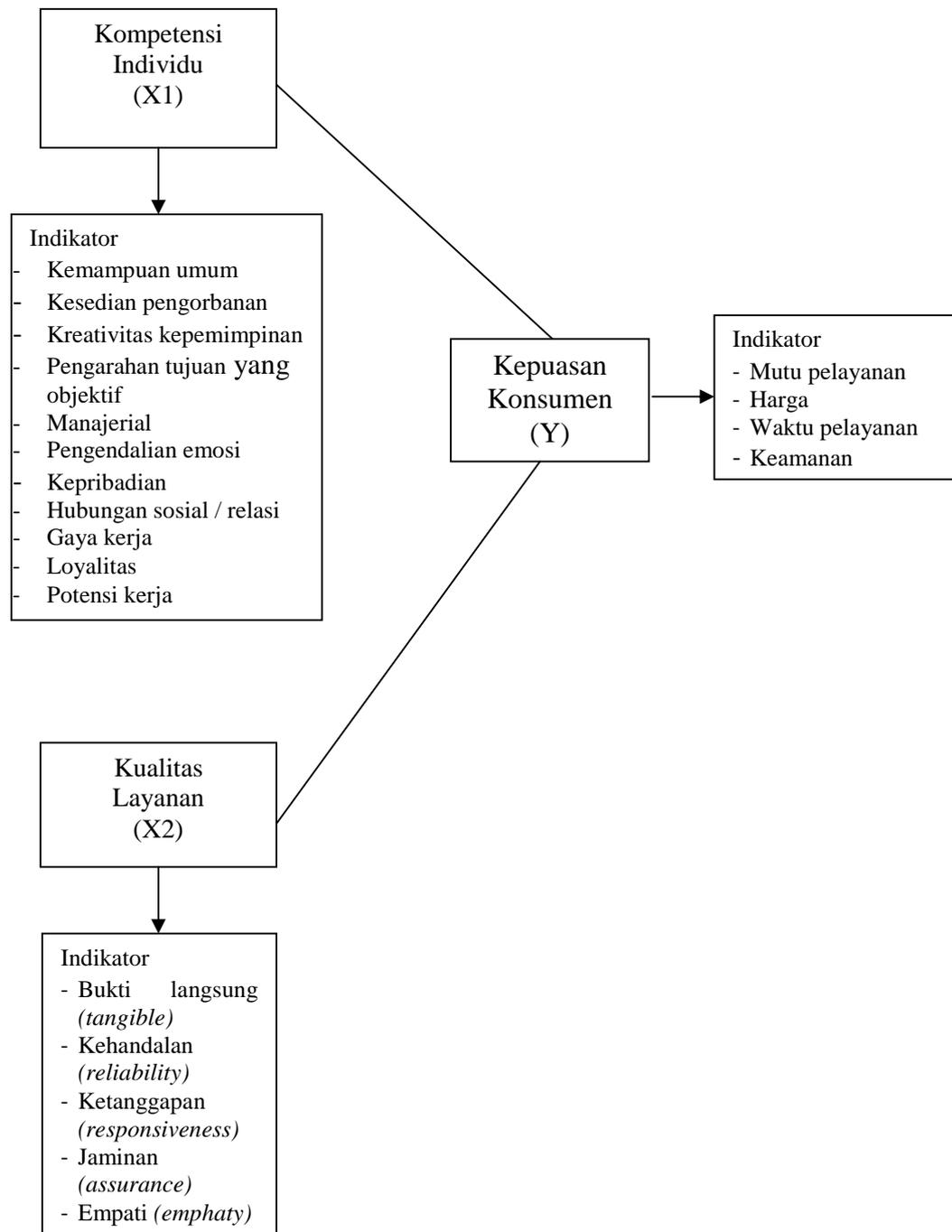
3) Waktu pelayanan, maksudnya bahwa baik pendistribuan maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu sesuai dengan

¹⁶Safira Farizah Nasbir, “Pengaruh Kualittas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair Nets”, (Kendari: Universitas Halu Oleo, 2017), h.24-25.

perjanjian yang telah disepakati. Contohnya, pelayanan yang diberikan oleh karyawan *barbershop* tepat waktu sehingga konsumen tidak lama menunggu.

4) Keamanan, pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut. Contohnya, peralatan yang digunakan oleh *barbershop* memberikan rasa aman kepada konsumen.

C. Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Pada dasarnya hipotesis merupakan pernyataan tentang sesuatu yang untuk sementara waktu dianggap benar. Secara kuantitatif, hipotesis merupakan pernyataan tentang nilai suatu parameter yang untuk sementara waktu dianggap benar. Dikaitkan dengan suatu penelitian, hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang umumnya dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dikatakan jawaban sementara karena masih didasarkan pada teori atau anggapan atau pengalaman atau logika.¹⁷

Ho₁ : Tidak adanya pengaruh kompetensi individu terhadap kepuasan konsumen di *Scoots Barbershop* Masamba.

Ho₂ : Adanya pengaruh kompetensi individu terhadap kepuasan konsumen di *Scoots Barbershop* Masamba.

Ha₁ : Tidak adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di *Scoots Barbershop* Masamba.

Ha₂ : Adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di *Scoots Barbershop* Masamba.

Berdasarkan pernyataan di atas penulis mengambil hipotesis yang pertama bahwa kompetensi individu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *scoots barbershop* Masamba. Dan hipotesis yang kedua kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di *scoots barbershop* Masamba.

¹⁷J. Supranto, “*Metode Penelitian Hukum Dan Statistik*”, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2003), h.198-199.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini digunakan jenis penelitian kuantitatif, karena penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada atau tidaknya pengaruh dan apabila ada, seberapa besar pengaruh atau tidaknya terhadap variabel tersebut.

B. Lokasi Penelitian

Alasan penulis memilih meneliti di lokasi *scoots barbershop* karena merupakan satu-satunya jasa *barbershop* yang ada di Masamba Kabupaten Luwu Utara sehingga penulis ingin mengetahui lebih dalam tentang keterampilan karyawan dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa di *barbershop* tersebut. Dan alasan lainnya apakah masyarakat Masamba memilih jasa potong rambut di *scoots barbershop* atau memilih di tempat cukur biasa.

C. Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah semua konsumen pengguna jasa pada Usaha Jasa di *Scoots Barbershop* Masamba. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini tidak seluruh anggota populasi diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi. Karena jumlah konsumen yang pernah menggunakan jasa pada *scoots barbershop* Masamba tidak diketahui pasti, maka menggunakan rumus menurut Widiyanto yaitu:

$$n = \frac{Z^2}{4(\text{moe})^2}$$

$$n = \frac{1,99^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = 99.0$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Nilai Z dengan tingkat keyakinan yang dibutuhkan penentuan sampel persen. Pada $\alpha = 5\%$, $Z = 1.99$

Moe = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 10%.

Widiyanto mengatakan bahwa jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden dengan penentuan sampel. Jumlah responden sebanyak 100 orang tersebut dianggap sudah *representative* karena sudah lebih besar dari batas minimal sampel.¹ Metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, karena hanya yang sudah pernah menggunakan jasa pada *scoots barbershop* Masamba yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

D. Tehnik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui tehnik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data

¹Ibnu Widiyanto, "*Pointers : Metodologi Penelitian*", (Semarang : BP Undip, 2008), h.23-24.

yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Adapun tehnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

a. Survey

Adapun tehnik survey yang dilakukan oleh penulis adalah dengan cara memberikan kuesioner/angket secara langsung kepada responden tanpa mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja dan kebetulan orang itu ada disitu atau kebetulan penulis mengenal orang yang pernah datang ke tempat tersebut sehingga penulis memberikan kuesionernya untuk mendapatkan pernyataan secara lebih mudah dan cepat terhadap obyek yang diteliti.

E. Instrumen Penelitian

a. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah suatu tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Butir-butir instrument angket yang disajikan dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang dinyatakan dalam lima respon alternatif jawaban yaitu : (SS) sangat setuju, (S) setuju, (RR) ragu-ragu, (TS) tidak setuju, dan (STS) sangat tidak setuju. Pemberian bobot terhadap pernyataan positif dimulai dari 5, 4, 3, 2, 1 sedagkan pernyataan negatif pemberian bobot dimulai dari 1, 2, 3, 4, 5.

Tabel 3.1**Kisi-Kisi Instrument**

Variabel	Indikator	No Item	Skala
Kompetensi Individu (X1)	1. Kemampuan umum	1	Likert
	2. Kesiediaan pengorbanan	2	
	3. Kreativitas kepemimpinan	3	
		4	
	4. Pengarahan tujuan yang objektif	5	
	5. Manajerial	6	
	6. Pengendalian emosi	7	
		8	
	7. Kepribadian	9	
	8. Hubungan sosial/relasi	10	
	9. Gaya kerja	11	
12			
10. Loyalitas	13		
11. Potensi kerja	14		
Kualitas Layanan (X2)	1. Bukti Langsung <i>(tangible)</i>	1	Likert

	2. Keandalan (<i>reliability</i>)	2 3	
	3. Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)	4 5	
	4. Jaminan (<i>assurance</i>)	6	
	5. Empati (<i>emphaty</i>)	7 8	
Kepuasan Konsumen (Y)	1. Mutu pelayanan	1 2	Likert
	2. Harga	3	
	3. Waktu pelayanan	4	
	4. Keamanan	5 6	

b. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Dalam suatu penelitian dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur atau mengukur apa yang diinginkan dengan tepat. Dengan kata lain uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan alat ukur (instrument) yang digunakan dalam mengukur variabel yang diukur. Cara menguji validitas dapat dilakukan dengan formula korelasi *product moment pearson correlation*, dengan taraf signifikan 0,05. Jika nilai r hitung $\geq r$ tabel maka data

tersebut dikatakan valid dan apabila nilai r hitung $\leq r$ tabel maka data tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 3.2

Uji Validitas untuk Variabel Kompetensi Individu (X1)

No	Item	Corrected Item Total	Ttabel signifikansi 5%	KET
1.	Item X1.1	,570	0,361	Valid
2.	Item X1.2	,474	0,361	Valid
3.	Item X1.3	,563	0,361	Valid
4.	Item X1.4	,552	0,361	Valid
5.	Item X1.5	,369	0,361	Valid
6.	Item X1.6	,430	0,361	Valid
7.	Item X1.7	,469	0,361	Valid
8.	Item X1.8	,471	0,361	Valid
9.	Item X1.9	,520	0,361	Valid
10.	Item X1.10	,408	0,361	Valid
11.	Item X1.11	,507	0,361	Valid
12.	Item X1.12	,527	0,361	Valid
13.	Item X1.13	,503	0,361	Valid
14.	Item X1.14	,482	0,361	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas uji validitas dengan program SPSS.20 dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total* dari total 14 item pada variabel kompetensi individu dinyatakan valid karena setiap pernyataan lebih besar dari 0,361.

Tabel 3.3

Uji Validitas untuk Variabel Kualitas Layanan (X2)

No	Item	Corrected Item Total	Ttabel signifikansi 5%	KET
1.	Item X2.1	,694	0,361	Valid
2.	Item X2.2	,416	0,361	Valid
3.	Item X2.3	,658	0,361	Valid
4.	Item X2.4	,452	0,361	Valid
5.	Item X2.5	,513	0,361	Valid
6.	Item X2.6	,525	0,361	Valid
7.	Item X2.7	,479	0,361	Valid
8.	Item X2.8	,476	0,361	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas uji validitas dengan program SPSS.20 dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total* dari total 8 item pada variabel kualitas layanan dinyatakan valid karena setiap pernyataan lebih besar dari 0,361.

Tabel 3.4

Uji Validitas untuk Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

No	Item	Corrected Item Total	Ttabel signifikansi 5%	KET
1.	Item Y.1	,588	0,361	Valid
2.	Item Y.2	,545	0,361	Valid
3.	Item Y.3	,541	0,361	Valid
4.	Item Y.4	,820	0,361	Valid
5.	Item Y.5	,525	0,361	Valid

6.	Item Y.6	,611	0,361	Valid
----	----------	------	-------	-------

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas uji validitas dengan program SPSS.20 dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total* dari total 6 item pada variabel kepuasan konsumen dinyatakan valid karena setiap pernyataan lebih besar dari 0,361.

2. Uji Realibilitas

Setelah dilakukan uji validitas, selanjutnya dilakukan uji reabilitas. Reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dihasilkan lebih besar dari 0,60 (> 0,60) atau 60%.

Tabel 3.5

Uji Realibilitas untuk Variabel Kompetensi Individu (X1)

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Cronbach's Alpha	N of Items
.782	14

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Kategori koefisien reliabilitas adalah sebagai berikut :

0,80-1,00 : Realibilitas sangat tinggi

0,60-0,80 : Realibilitas tinggi

0,40-0,60 : Realibilitas sedang

0,20-0,40 : Realibilitas rendah

Berdasarkan tabel diatas pada kolom *Cronbach's Alpha* dinyatakan mempunyai tingkat reliabilitas tinggi atau konsisten karena $\alpha > r$ tabel yaitu $0,782 > 0,361$ untuk keseluruhan variabel kompetensi individu (X1) dengan item pernyataan 14 poin.

Tabel 3.6

Uji Realibilitas untuk Variabel Kualitas Layanan (X2)

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Cronbach's Alpha	N of Items
.720	8

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas pada kolom *Cronbach's Alpha* dinyatakan mempunyai tingkat reliabilitas tinggi atau konsisten karena $\alpha > r$ tabel yaitu $0,720 > 0,361$ untuk keseluruhan variabel kualitas layanan (X2) dengan item pernyataan 8 poin.

Tabel 3.7

Uji Realibilitas untuk Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Case Processing Summary		
	N	%
Valid	30	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.679	6

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas pada kolom *Cronbach's Alpha* dinyatakan mempunyai tingkat reliabilitas tinggi atau konsisten karena $\alpha > r$ tabel yaitu $0,679 > 0,361$ untuk keseluruhan variabel kepuasan konsumen (Y) dengan item pernyataan 6 poin.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Untuk memberikan kepastian, data yang dimiliki berdistribusi normal atau tidak sebaiknya digunakan uji normalitas, belum tentu data lebih dari 30 dapat dipastikan berdistribusi normal, demikian

juga sebaliknya. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas, jika nilai sig (signifikan) $> 0,05$ maka data dikatakan berdistribusi normal. Namun apabila nilai sig (signifikan) $< 0,05$ maka dipastikan data tidak berdistribusi normal.²

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada t dengan kesalahan pengganggu pada periode t (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Dasar pengambilan keputusan uji autokorelasi yakni dengan uji Durbin-Watson (uji DW), dengan ketentuan jika d lebih kecil dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi, namun jika d terletak antara dU dan $(4dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi, serta jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

c. Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi penyimpangan model karena gangguan varian yang berbeda antar observasi satu ke observasi lain. Pengujian heterokedasitas melalui metode glejser ($u_i = \alpha_0 + \alpha_1 X_i + \epsilon_i$) dilakukan dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika signifikan maka terdapat pengaruh variabel bebas

²Suliyanto, "Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS", (Yogyakarta : ANDI, 2011), h.85.

terhadap nilai residual mutlak sehingga dinyatakan bahwa terdapat gejala heterokedasitas, begitupun sebaliknya.³

d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk apakah model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Uji multikolinearitas dengan melihat nilai TOL (Tolerance) dan Variance Inflation Factor (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinear.⁴

2. Analisis regresi linear berganda

Regresi linear berganda adalah suatu perluasan dari teknik regresi apabila terdapat lebih dari satu variabel bebas untuk mengadakan prediksi terhadap variabel terikat.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan menggunakan program aplikasi SPSS.

Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana : Y = Kepuasan Konsumen (variabel terikat)

A = Konstanta

³Suliyanto, "*Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*", (Yogyakarta : ANDI, 2011), h.98.

⁴Suliyanto, "*Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*", (Yogyakarta : ANDI, 2011), h.90.

b_1b_2 = Koefisien korelasi ganda

X_1 = Kompetensi Individu (variabel bebas)

X_2 = Kualitas Layanan (variabel bebas)

3. Uji Hipotesis

a. Uji f (simultan)

Uji f bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X_1, X_2) secara bersama-sama atau secara serempak (simultan) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). berdasarkan nilai F hitung dan F tabel, jika nilai F hitung $>$ F tabel maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y). jika nilai F hitung $<$ F tabel maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

b. Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel secara parsial terhadap variabel dependen dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Dalam hal ini peneliti akan menguji antara variabel kompetensi individu (X_1) dan kualitas layanan (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 menunjukkan koefisien determinasi yaitu mengukur besar presentase perubahan variabel terikat yang diakibatkan oleh variabel bebas secara bersama-sama.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. *Gambaran Umum Scoots Barbershop Masamba*

Scoots barbershop Masamba didirikan pada tanggal 23 Maret 2018 dan yang menjadi pemilik usaha tersebut atas nama Aswandi berumur 26 tahun dan menjadi pendiri usaha *barbershop* yang pertama ada di Masamba. Sejak berdirinya *scoots barbershop* banyak kalangan pemuda yang tertarik dan ingin mencukur di tempat tersebut karena *scoots barbershop* memberikan model rambut yang modern serta mempunyai fasilitas yang bagus dan nyaman sehingga konsumen yang mencukur merasa lebih nyaman, berbeda dengan di tempat cukur biasa yang kita jumpai di pinggir jalan karena *barbershop* mempunyai fasilitas seperti AC, tempat duduk yang nyaman dan ruangan yang luas.

B. *Karakteristik Responden*

Berdasarkan pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada konsumen pada usaha jasa di *scoots barbershop* Masamba sebagai responden, maka dapat diketahui karakteristik setiap konsumen dilakukan dengan harapan bahwa informasi ini dapat menjadi masukan bagi usaha *barbershop* di Masamba dalam menyusun strategi kompetensi dan layanan yang sesuai dengan karakteristik konsumen dimasa yang akan datang. Dari hasil kuesioner yang diberikan kepada konsumen dapat dilihat karakteristik responden pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.1**Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	0	0%
Laki-laki	100	100%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden yang mengisi kuesioner seluruhnya adalah responden laki-laki yang berjumlah 100 responden atau sebesar 100%.

Tabel 4.2**Karakteristik Responden Konsumen Berdasarkan Usia**

Umur	Jumlah	Persentase (%)
<15	5	5%
16-20	26	26%
21-25	38	38%
26-30	23	23%
>31	8	8%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa yang berumur <15 tahun sebanyak 5 responden (5%), berumur 16-20 tahun sebanyak 26 responden (26%), berumur 21-25 tahun sebanyak 38 responden (38%), berumur 26-30 tahun

sebanyak 23 responden (23%), sedangkan yang berumur >31 tahun sebanyak 8 responden (8%). Dengan demikian, maka dapat diketahui bahwa responden yang menjadi konsumen pada *scoots barbershop* Masamba lebih didominasi oleh konsumen yang telah memasuki usia 21-25 tahun.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan 14 item pernyataan untuk variabel kompetensi individu, 8 pernyataan untuk variabel kualitas layanan dan 6 pernyataan untuk variabel kepuasan konsumen dalam mengukur persepsi konsumen mengenai hasil tanggapan terhadap setiap variabel dapat dijelaskan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3

Deskriptif Responden Variabel Kompetensi Individu (X1)

Item	Skor					Jumlah
	SS	S	R	TS	STS	
Item X1.1	29	44	22	4	1	100
Item X1.2	21	67	6	6	0	100
Item X1.3	14	47	36	0	3	100
Item X1.4	40	40	16	4	0	100
Item X1.5	30	62	8	0	0	100
Item X1.6	24	62	11	1	2	100
Item X1.7	21	53	24	2	0	100

Item X1.8	12	54	27	7	0	100
Item X1.9	17	55	21	5	2	100
Item X1.10	34	51	9	4	2	100
Item X1.11	42	48	9	0	1	100
Item X1.12	44	49	5	0	2	100
Item X1.13	21	56	19	4	0	100
Item X1.14	30	54	9	7	0	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan hasil deskriptif responden pada variabel kompetensi individu di atas terdapat 100 reponden yang memberikan pernyataan bahwa item X1.1 yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 responden, setuju sebanyak 44 responden, ragu sebanyak 22 responden, tidak setuju sebanyak 4 responden dan sangat tidak setuju berjumlah 1 responden. Untuk item X1.2 yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 responden, setuju sebanyak 67 responden, ragu sebanyak 6 responden, tidak setuju sebanyak 6 responden dan sangat tidak setuju 0. Item X1.3 yang menjawab sangat setuju sebanyak 14 responden, setuju sebanyak 47 responden, ragu sebanyak 36 responden, yang menjawab tidak setuju 0 dan sangat tidak setuju 3 responden. Item X1.4 yang menjawab sangat setuju sebanyak 40 responden, setuju sebanyak 40 responden, ragu sebanyak 16 responden, tidak setuju sebanyak 4 responden dan sangat tidak setuju 0. Item X1.5 yang menjawab sangat setuju sebanyak 30 responden, setuju sebanyak 62 responden, ragu sebanyak 8 responden, yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju 0. Item X1.6 yang menjawab sangat setuju sebanyak 24 responden,

setuju sebanyak 62 responden, ragu sebanyak 11 responden, yang menjawab tidak setuju 1 responden dan sangat tidak setuju yaitu 2 responden. Item X1.7 yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 responden, setuju sebanyak 53 responden, ragu sebanyak 24 responden, yang menjawab tidak setuju 2 responden dan sangat tidak setuju 0. Item X1.8 yang menjawab sangat setuju sebanyak 12 responden, setuju sebanyak 54 responden, ragu sebanyak 27 responden, yang menjawab tidak setuju 7 responden dan sangat tidak setuju 0. Item X1.9 yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 responden, setuju sebanyak 51 responden, ragu sebanyak 21 responden, yang menjawab tidak setuju 5 responden dan sangat tidak setuju 2 responden. Item X1.10 yang menjawab sangat setuju sebanyak 34 responden, setuju sebanyak 51 responden, ragu sebanyak 9 responden, yang menjawab tidak setuju 4 responden dan sangat tidak setuju 2 responden. Item X1.11 yang menjawab sangat setuju sebanyak 42 responden, setuju sebanyak 48 responden, ragu sebanyak 9 responden, yang menjawab tidak setuju 0 dan sangat tidak setuju 1 responden. Item X1.12 yang menjawab sangat setuju sebanyak 44 responden, setuju sebanyak 49 responden, ragu sebanyak 5 responden, yang menjawab tidak setuju 0 dan sangat tidak setuju 2 responden. Item X1.13 yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 responden, setuju sebanyak 56 responden, ragu sebanyak 19 responden, yang menjawab tidak setuju 4 responden dan sangat tidak setuju yaitu 0. Item X1.14 yang menjawab sangat setuju sebanyak 30 responden, setuju sebanyak 54 responden, ragu sebanyak 9 responden, yang menjawab tidak setuju 7 responden dan sangat tidak setuju yaitu 0.

Tabel 4.4

Deskriptif Responden Variabel Kualitas Layanan (X2)

Item	Skor					Jumlah
	SS	S	R	TS	STS	
Item X2.1	30	48	8	14	0	100
Item X2.2	25	62	12	1	0	100
Item X2.3	28	62	9	0	1	100
Item X2.4	27	59	5	7	2	100
Item X2.5	38	51	7	2	2	100
Item X2.6	21	43	31	5	0	100
Item X2.7	30	64	6	0	0	100
Item X2.8	27	53	11	4	5	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan hasil deskriptif responden pada variabel kualitas layanan di atas terdapat 100 reponden yang memberikan pernyataan bahwa item X2.1 yang menjawab sangat setuju sebanyak 30 responden, setuju sebanyak 48 responden, ragu sebanyak 8 responden, tidak setuju sebanyak 14 responden dan sangat tidak setuju yaitu 0. Untuk item X2.2 yang menjawab sangat setuju sebanyak 25 responden, setuju sebanyak 62 responden, ragu sebanyak 12 responden, tidak setuju hanya 1 responden dan sangat tidak setuju yaitu 0. Item X2.3 yang menjawab sangat setuju sebanyak 28 responden, setuju sebanyak 62 responden, ragu sebanyak 9 responden, tidak setuju yaitu 0 dan sangat tidak setuju 1 responden. Item X2.4 yang menjawab sangat setuju sebanyak 27 responden,

setuju sebanyak 59 responden, ragu sebanyak 5 responden, tidak setuju sebanyak 7 responden dan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden. Item X2.5 yang menjawab sangat setuju sebanyak 38 responden, setuju sebanyak 51 responden, ragu sebanyak 7 responden, kemudian yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden. Item X2.6 yang menjawab sangat setuju sebanyak 21 responden, setuju sebanyak 43 responden, ragu sebanyak 31 responden, tidak setuju sebanyak 5 responden dan sangat tidak setuju yaitu 0. Item X2.7 yang menjawab sangat setuju sebanyak 30 responden, setuju sebanyak 64 responden, ragu sebanyak 6 responden, dan yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju yaitu 0. Kemudian untuk Item X2.8 yang menjawab sangat setuju sebanyak 27 responden, setuju sebanyak 64 responden, ragu sebanyak 6 responden, dan yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju yaitu 0.

Tabel 4.5

Deskriptif Responden Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Item	Skor					Jumlah
	SS	S	R	TS	STS	
Item Y.1	27	49	21	0	3	100
Item Y.2	14	61	23	1	1	100
Item Y.3	15	63	13	8	1	100
Item Y.4	30	53	14	3	0	100
Item Y.5	41	48	11	0	0	100
Item Y.6	29	44	17	10	0	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan hasil deskriptif responden pada variabel kepuasan konsumen di atas terdapat 100 responden yang memberikan pernyataan bahwa item Y.1 yang menjawab sangat setuju sebanyak 27 responden, setuju sebanyak 49 responden, ragu sebanyak 21 responden, yang menjawab tidak setuju yaitu 0 dan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden. Untuk item Y.2 yang menjawab sangat setuju sebanyak 14 responden, setuju sebanyak 61 responden, ragu sebanyak 23 responden, dan yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju yaitu 1 responden. Item Y.3 yang menjawab sangat setuju sebanyak 15 responden, setuju sebanyak 63 responden, ragu sebanyak 13 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 8 responden dan sangat tidak setuju yaitu 1 responden. Item Y.4 yang menjawab sangat setuju sebanyak 30 responden, setuju sebanyak 53 responden, ragu sebanyak 14 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 3 responden dan sangat tidak setuju yaitu 0. Item Y.5 yang menjawab sangat setuju sebanyak 41 responden, setuju sebanyak 48 responden, ragu sebanyak 11 responden, yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju yaitu 0. Item Y.6 yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 responden, setuju sebanyak 44 responden, ragu sebanyak 17 responden, yang menjawab tidak setuju sebanyak 10 responden dan sangat tidak setuju yaitu 0.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dikaji dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, autokorelasi, heterokedasitas dan multikolinearitas.

a. Uji Normalitas

Berdasarkan teori statistika model linear hanya residu dari variabel dependen Y yang wajib diuji normalitasnya, sedangkan variabel independen diasumsikan bukan fungsi distribusi. Jadi, tidak perlu diuji normalitasnya. Hasil output pengujian normalitas Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.58128163
	Absolute	.101
Most Extreme Differences	Positive	.064
	Negative	-.101
Kolmogorov-Smirnov Z		1.009
Asymp. Sig. (2-tailed)		.261

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

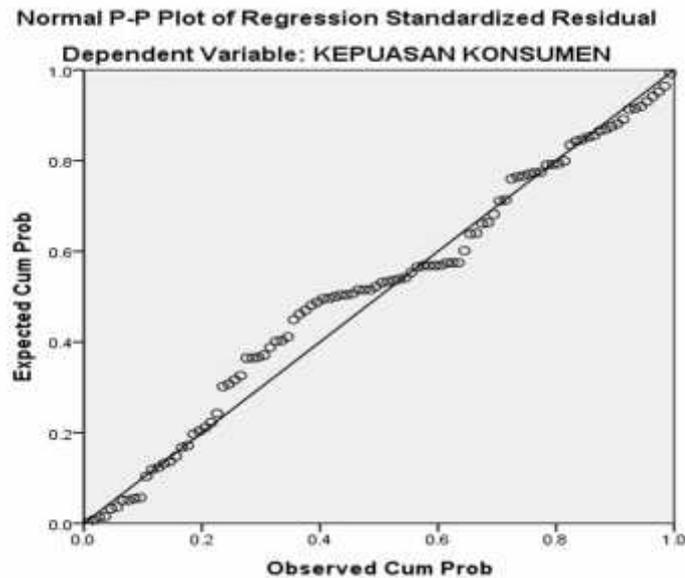
Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Analisis data hasil output :

- Uji normalitas data digunakan hipotesis sebagai berikut :
 - H0 : Data berdistribusi normal.
 - H1 : Data tidak berdistribusi normal.
- Kriteria penerimaan H0
 - H0 diterima jika nilai sig $\geq 0,05$.

Berdasarkan tabel 4.7 di atas pada Asym. Sig diperoleh nilai sig 0,261 \geq 0,05 maka H0 diterima. Artinya variabel unstandardized normal. Uji normalitas pada grafik Normal P-Plot dapat dilihat pada tabel di bawah :

Tabel 4.7



Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel 4.8 di atas yang menunjukkan grafik P-Plot dapat disimpulkan bahwa apabila titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal sehingga dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Autokorelasi

Tabel 4.8

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.390 ^a	.152	.135	2.608	1.908

a. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN, KOMPETENSI INDIVIDU

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

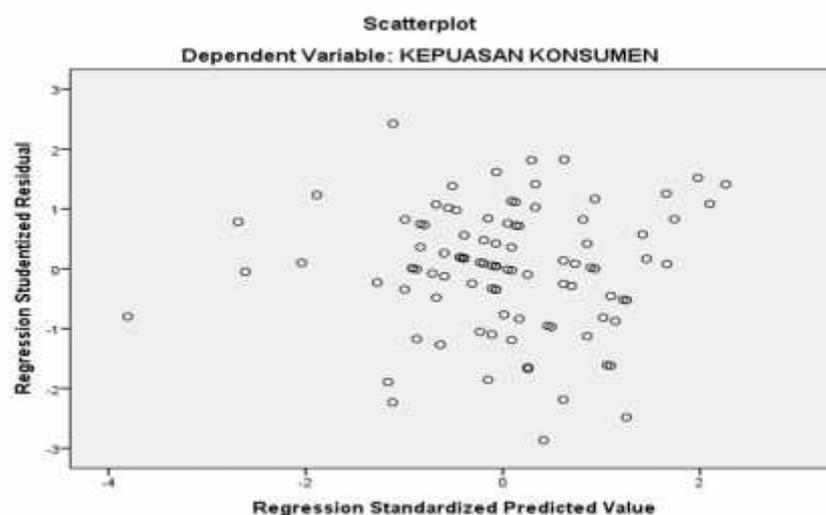
Berdasarkan hasil uji autokorelasi di atas dapat diketahui nilai Durbin-Watson sebesar 1,908, selanjutnya nilai ini akan dibandingkan dengan nilai sig 0,05, jumlah sampel 100 ($n=100$) dan jumlah variabel independen 2 ($k=2$). Maka diperoleh DL sebesar 1,633 dan DU sebesar 1,715 sehingga $DW > DL$ ($1,908 > 1,633$). Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

c. Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heterokedasitas menunjukkan model regresi yang baik dengan kata lain tidak terjadi heterokedasitas. Untuk menguji heterokedasitas dapat dilakukan dengan mengamati grafik *scatterplot* dengan pola titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah sumbu Y. Berikut hasil pengolahan menggunakan program aplikasi SPSS 20 dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Tabel 4.9

Hasil Uji Heterokedasitas



Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan pada tabel 4.10 di atas menunjukkan grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedasitas pada model regresi ini. Artinya varian residual suatu penelitian adalah sama.

d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* > 10% dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi. Berikut ini hasil perhitungan menggunakan program SPSS 20 dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.10

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	12.966	2.975		4.358	.000		
KOMPETENSI INDIVIDU	.044	.046	.092	.942	.349	.914	1.094
KUALITAS LAYANAN	.264	.073	.353	3.610	.000	.914	1.094

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
 Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa terlihat setiap variabel bebas yang mempunyai nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi ini.

3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel kompetensi individu (X1) dan kualitas layanan (X2) secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan data penelitian yang dikumpulkan baik untuk variabel terikat (Y) maupun variabel bebas (X) yang diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS 20, maka diperoleh hasil perhitungan regresi linear berganda sebagai berikut :

Tabel 4.11

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.966	2.975		4.358	.000
1 KOMPETENSI INDIVIDU	.044	.046	.092	.942	.349
KUALITAS LAYANAN	.264	.073	.353	3.610	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 12,966 + 0,044 + 0,264 \text{ dimana :}$$

- a. Konstanta sebesar 12,966 = Variabel independen yaitu kompetensi individu dan kualitas layanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap peningkatan kepuasan konsumen. Nilai konstanta kompetensi individu dan kualitas layanan sebesar 12,966 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kompetensi individu dan kualitas layanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- b. Kompetensi individu sebesar 0,044 = besarnya koefisien variabel kompetensi individu yang berarti setiap peningkatan variabel kompetensi individu sebesar 1% maka kepuasan konsumen meningkat 0,044.
- c. Kualitas layanan sebesar 0,264 = besarnya koefisien variabel kualitas layanan yang berarti setiap peningkatan variabel kualitas layanan sebesar 1% maka kepuasan konsumen meningkat 0,264.

Standar error sebesar 2,975 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam uji SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 2,975 yang tidak diteliti.

Hasil regresi linear berganda di atas menunjukkan bahwa variabel bebas yakni kompetensi individu dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap variabel terikat yakni kepuasan konsumen. Dimana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti pula oleh kenaikan variabel terikat. Selain itu dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel bebas yang dominan adalah variabel kualitas layanan yang sebesar 0,264.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji F (simultan)

Uji f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yakni kompetensi individu dan kualitas layanan mempunyai pengaruh secara serentak (simultan) terhadap variabel dependent atau kepuasan konsumen.

Tabel 4.12

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	118.322	2	59.161	8.700	.000 ^b
	Residual	659.638	97	6.800		
	Total	777.960	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN, KOMPETENSI INDIVIDU

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Langkah-langkah untuk melakukan uji F sebagai berikut :

Hipotesis

HO = Variabel kompetensi individu dan kualitas layanan secara simultan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H1 = Variabel kompetensi individu dan kualitas layanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 (= 5%) dan pada tabel, tingkat signifikan sebesar 0,000 atau sebesar 0% artinya bahwa variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent dengan tingkat signifikan sebesar 0%.

Menentukan F tabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 dapat ditentukan dengan persamaan berikut :

df 1 = jumlah variabel ; artinya df 1 = 2 sedangkan df 2 = n-k-1 ; artinya df 2 = 97; (100-2-1) jadi, dapat dilihat pada tabel F pada kolom 2 baris 97 yakni 3,09.

Kriteria pengujian

Ho diterima jika F hitung < F tabel

Ho ditolak jika F hitung > F tabel

Membandingkan F hitung dengan F tabel

Nilai F hitung > F tabel (8,700 > 3,09)

Berdasarkan pengujian statistic dengan metode uji F, dimana tingkat signifikan yang diperoleh lebih kecil yakni sebesar 0,000 dari standar signifikan yakni 5% atau 0,05 dan perbandingan antara F hitung dengan F tabel, dimana F hitung sebesar 8,700 lebih besar dari F tabel yakni 3,09, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima atau kompetensi individu dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji F, kompetensi individu dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b. Uji t (parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah secara individu (parsial) variabel independen mempengaruhi variabel dependent secara signifikan atau tidak. Berdasarkan hasil uji pengolahan dengan program SPSS 20 maka didapat hasil uji t, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.12

Hasil Uji t (parsial)

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	12.966	2.975		4.358	.000		
KOMPETENSI INDIVIDU	.044	.046	.092	.942	.349	.914	1.094
KUALITAS LAYANAN	.264	.073	.353	3.610	.000	.914	1.094

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Langkah-langkah melakukan uji t untuk kompetensi individu sebagai berikut :

Hipotesis

Ho = Kompetensi individu secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H1 = Kompetensi individu secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 (= 5%). Berdasarkan t tabel di atas, signifikan kompetensi individu sebesar 0,349 artinya kompetensi individu lebih besar dari tingkat signifikan sehingga dapat dikatakan bahwa Ho diterima.

Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel 4.12 maka t hitung untuk variabel kompetensi individu sebesar 0,942 .

Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $100-2-1 = 97$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikan = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar (2,627).

Kriteria pengujian

H_0 diterima jika $-t_{hitung} < t_{tabel}$

H_0 ditolak jika $-t_{hitung} > t_{tabel}$.

Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung $< t_{tabel}$ ($0,942 < 2,627$).

Apabila dilakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel sebelumnya, dapat melihat pengaruh kompetensi individu dengan memperhatikan nilai t hitung dan tingkat signifikan dari variabel tersebut.

Berdasarkan tabel di atas, t hitung untuk variabel kompetensi individu sebesar 0,942. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t hitung, maka kita harus membandingkan antara t hitung dan t tabel. Apabila t hitung $> t_{tabel}$, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependent. Untuk mengetahui nilai t tabel, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut : $df = n-k-1$, dimana n merupakan total sampel, k adalah jumlah variabel independen. Jadi, $df = 100-2-1 = 97$. Jadi, dapat kita lihat pada tabel t pada df 97. Berdasarkan tabel, nilai t tabel yang diperoleh adalah 2,627.

Perbandingan t hitung dan t tabel dapat dilihat bahwa nilai t hitung $<$ dari nilai t tabel, yakni $0,942 < 2,627$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel kompetensi individu tidak memiliki

pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa di *scoots barbershop* Masamba.

Berdasarkan tingkat signifikan, apabila tingkat signifikan berada di bawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependent dan begitupun sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar 0,349. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikan variabel kompetensi individu berada di atas standar, artinya variabel ini tidak memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.

Berdasarkan teori, ditemukan hasil yang berbeda. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel kompetensi individu tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Langkah-langkah melakukan uji t untuk kualitas layanan sebagai berikut :

Hipotesis

Ho = Kualitas layanan secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H1 = Kualitas layanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tingkat signifikan

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 (= 5%). Berdasarkan tabel 4.12 signifikan variabel kualitas layanan sebesar 0,000 artinya variabel kualitas layanan lebih kecil dari tingkat dari tingkat signifikan sehingga dapat dikatakan bahwa Ho ditolak.

Menentukan t hitung

Berdasarkan tabel 4.12 maka t hitung untuk variabel kualitas layanan sebesar 3,610.

Menentukan t tabel

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1$ atau $100-2-1 = 97$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikan = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 2,627.

Kriteria pengujian

H_0 diterima jika $-t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

H_0 ditolak jika $-t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$.

Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung $>$ t tabel ($3,610 > 2,627$).

Apabila dilakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel 4.12, dapat dilihat pengaruh kualitas layanan dengan memperhatikan nilai t hitung dan tingkat signifikan dari variabel tersebut.

Berdasarkan tabel 4.12, t hitung untuk variabel kualitas layanan sebesar 3,610. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t hitung, maka harus dibandingkan antara t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung $>$ t tabel, maka variabel kualitas layanan punya pengaruh terhadap variabel dependent. Untuk mengetahui nilai t tabel, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut : $Df = n-k-1$, dimana n merupakan total sampel, k adalah jumlah variabel independent. Jadi $df = 100-2-1 = 97$. Jadi dapat kita lihat pada tabel t pada df 97. Berdasarkan tabel, nilai t tabel yang diperoleh adalah 2,627.

Perbandingan t hitung dengan t tabel dapat dilihat bahwa nilai t hitung > dari nilai t tabel, yakni $3,610 > 2,627$. Jadi, berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa di *scoots barbershop* Masamba.

Berdasarkan tingkat signifikan, apabila tingkat signifikan berada di bawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependent dan begitupula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar 0,000. Jadi, dapat dikatakan bahwa tingkat signifikan variabel kualitas layanan berada di bawah standar, artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.

Berdasarkan teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

c. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi untuk dua variabel bebas digunakan *R Square*.

Tabel 4.14
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.390 ^a	.152	.135	2.608

a. Predictors: (Constant), KUALITAS LAYANAN, KOMPETENSI INDIVIDU

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber : Data primer yang diolah, 2019.

Berdasarkan hasil analisis yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada tabel menunjukkan nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,152. Hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni kompetensi individu dan kualitas layanan mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 15,2% terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen sedangkan sisanya sebesar 84,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

5. Pembahasan

a. Pengaruh kompetensi individu terhadap kepuasan konsumen

Menurut M. Kadarisman kompetensi merupakan salah satu faktor dalam usaha mencapai suksesnya pencapaian tujuan organisasi. Bagi karyawan-karyawan baru ataupun karyawan-karyawan yang menghadapi pekerjaan baru, diperlukan adanya tambahan kompetensi guna melaksanakan tugas-tugasnya dengan baik.¹ Adapun indikator yang digunakan yaitu : Kemampuan umum, kesediaan pengorbanan, kreativitas kepemimpinan, pengarahan tujuan yang

¹M. Kadarisman, “*Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*”, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2014), h.53-54.

objektif, manajerial, pengendalian emosi, kepribadian, hubungan sosial / relasi, gaya kerja, loyalitas dan potensi kerja.

1) Berdasarkan hasil uji regresi

Nilai konstanta (a) sebesar 12,966 yang menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kompetensi individu dan kualitas layanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Nilai kompetensi individu sebesar 0,044 artinya besarnya koefisien variabel kompetensi individu yang berarti setiap peningkatan variabel kompetensi individu sebesar 1% maka kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,044. Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel kompetensi individu berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen.

Hasil uji regresi berganda di atas tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang penulis dapatkan, dimana hasil uji regresi berganda pada penelitian yang dilakukan oleh Saskia Papatungan dan Rosalina A.M. Koleangan yang berjudul pengaruh kepuasan kerja dan kompetensi terhadap kinerja karyawan pada PT hasjrat abadi Manado. Dimana kompetensi mendapatkan nilai koefisien sebesar 0,358 menunjukkan terdapat pengaruh positif kompetensi (X2) terhadap kinerja karyawan (Y). jika skor variabel inovasi (X2) meningkat satu-satuan maka kinerja karyawan (Y) akan meningkat sebesar 0,358 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.²

2) Berdasarkan pengujian hipotesis

Uji simultan (F)

²Saskia Papatungan dan Rosalina A.M. Koleangan, "Pengaruh Kepuasan Kerja dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Hasjrat Abadi Manado", (Manado : Universitas Sam Ratulangi, 2019), Jurnal EMBA, Vol.7 No.2, h.1531-1540.

Berdasarkan pengujian statistic dengan metode uji F, dimana tingkat signifikan yang diperoleh lebih kecil yakni sebesar 0,000 dari standar signifikan yakni 5% atau 0,05 dan perbandingan antara F hitung dengan F tabel, dimana F hitung sebesar 8,700 lebih besar dari F tabel yakni 3,09, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima atau kompetensi individu dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji F, kompetensi individu dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil uji simultan diatas sejalan dengan penelitian terdahulu yang penulis dapatkan, dimana hasil uji F pada penelitian yang dilakukan oleh Saskia Paputungan dan Rosalina A.M. Koleangan yang berjudul pengaruh kepuasan kerja dan kompetensi terhadap kinerja karyawan pada PT hasjrat abadi Manado bahwa hasil uji F secara simultan menunjukkan nilai F hitung sebesar 21.226. Sedangkan nilai F tabel dengan *degree of freedom* = $n-k-1 = 42-2-1 = 39$ adalah sebesar 3,24. Oleh karena itu F hitung sebesar $21.226 > F$ tabel sebesar 3,24 maka H_a diterima dan H_o ditolak.³

Uji parsial (t)

Perbandingan t hitung dan t tabel dapat dilihat bahwa nilai t hitng < dari nilai t tabel, yakni $0,942 < 2,627$. Jadi berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel kompetensi individu tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa di *scoots barbershop* Masamba.

³Saskia Paputungan dan Rosalina A.M. Koleangan, “Pengaruh Kepuasan Kerja dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Hasjrat Abadi Manado”, (Manado : Universitas Sam Ratulangi, 2019), Jurnal EMBA, Vol.7 No.2, h.1531-1540.

Berdasarkan tingkat signifikan, apabila tingkat signifikan berada di bawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependent dan begitupun sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikan sebesar 0,349. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikan variabel kompetensi individu berada di atas standar, artinya variabel ini tidak memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil uji t diatas tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang penulis dapatkan, dimana hasil uji t pada penelitian yang dilakukan oleh Saskia Papatungan dan Rosalina A.M. Koleangan yang berjudul pengaruh kepuasan kerja dan kompetensi terhadap kinerja karyawan pada PT hasjrat abadi Manado bahwa hasil uji t menunjukkan nilai t hitung untuk variabel kepuasan kerja (X1) adalah sebesar 2,612 sedangkan nilai t tabel dengan *degree of freedom* = $42-2-1 = 39$, dengan tingkat signifikansi () = 5% adalah H_a diterima dan H_o ditola. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel kompetensi (X2) adalah sebesar 2,472 sedangkan nilai t tabel dengan *degree of freedom* = $42-2-1 = 39$, dengan tingkat signifikansi () = 5% adalah sebesar 1,684. Nilai t hitung untuk kompetensi (X2) adalah sebesar $2,472 >$ nilai t tabel sebesar 1,684 maka H_a diterima dan H_o ditolak.⁴

b. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen

Kualitas layanan adalah hasil penilaian pelanggan atas seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan dari suatu layanan yang mereka terima dari penyedia layanan (perusahaan), baik penilaian itu secara

⁴Saskia Papatungan dan Rosalina A.M. Koleangan, "Pengaruh Kepuasan Kerja dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Hasjrat Abadi Manado", (Manado : Universitas Sam Ratulangi, 2019), Jurnal EMBA, Vol.7 No.2, h.1531-1540.

sebagian maupun secara keseluruhan.⁵ Adapun indikator yang digunakan yaitu : Bukti langsung (*tangible*), kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*).

1) Berdasarkan hasil uji regresi

Nilai konstanta (a) sebesar 12,966 yang menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kompetensi individu dan kualitas layanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Nilai kualitas layanan sebesar 0,264 = besarnya koefisien variabel kualitas layanan yang berarti setiap peningkatan variabel kualitas layanan sebesar 1% maka kepuasan konsumen meningkat 0,264. Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen.

Hasil uji regresi diatas sejalan dengan penelitian terdahulu yang penulis dapatkan, dimana hasil uji regresi yang didapatkan pada penelitian yang dilakukan beberapa penelitian terdahulu lainnya diantaranya yaitu Bambang Petrus Simamotra dan Supriono menemukan bahwa hasil teknis analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan akan meningkat untuk setiap tambahan ketiga variabel bebas yaitu kehandalan (X1) dengan nilai koefisien sebesar 0,261 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan, daya tanggap (X2) dengan nilai koefisien sebesar 0,221 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan, jaminan (X3) dengan nilai koefisien sebesar 0,244 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan. Berd s rk n

⁵Harun Al Rasyid, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-jek", (Jakarta: AMIK BSI, 2017), Jurnal *Ecodemica*, Vol.1 No.2, h.212.

interpretasi di atas, dapat diketahui bahwa penelitian, dinyatakan, menunjukkan, berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.⁶

Penelitian terdahulu selanjutnya oleh Cynthia Violita Wijaya sejalan dengan hasil penelitian yang penulis dapatkan, dimana peneliti terdahulu menemukan bahwa hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa harga mempunyai nilai sebesar 0,429 yang berarti apabila variabel harga naik satu satuan akan menambah kepuasan konsumen sebesar 0,429 satuan. Selain itu, kualitas pelayanan mempunyai nilai sebesar 0,256 artinya apabila variabel kualitas pelayanan akan meningkat. Dalam hal ini kualitas pelayanan yang dimiliki Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin ditingkatkannya kualitas pelayanan maka semakin meningkat pula kepuasan konsumen.⁷

2) Berdasarkan pengujian hipotesis

Uji simultan F

Berdasarkan pengujian statistic dengan metode uji F, dimana tingkat signifikan yang diperoleh lebih kecil yakni sebesar 0,000 dari standar signifikan yakni 5% atau 0,05 dan perbandingan antara F hitung dengan F tabel, dimana F hitung sebesar 8,700 lebih besar dari F tabel yakni 3,09, maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima atau kompetensi individu dan kualitas layanan memiliki

⁶Bambang Petrus Simamora dan Supriono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dwelling Time dan Billing System Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jakarta International Container Terminal)", (Malang : Universitas Brawijaya, 2017), Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.49 No.1, h.185.

⁷Cynthia Violita Wijaya, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy", (Surabaya : Universitas Kristen Petra, 2017), Vol.5 No.1, h.6.

pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji F, kompetensi individu dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil uji F di atas sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa peneliti lainnya diantaranya yaitu Bambang Petrus Simamotra dan Supriono dengan nilai F hitung sebesar 14,757. Sedangkan F tabel ($\alpha = 0.05$; db regresi = 3; db residu = 31) adalah sebesar 2,911. Karena F hitung > F tabel yaitu $14,757 > 2,911$ maka nilai Sig. F (0,000) < $\alpha = 0.05$ maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas (Kendaraan (X₁), Dyt (X₂), Jaminan (X₃)).⁸

Penelitian terdahulu yang sejalan selanjutnya adalah Cynthia Violita Wijaya dengan besarnya nilai signifikansi adalah 0,000 atau < 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya variabel bebas harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen, artinya bahwa harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk memberikan pengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen pada Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy.⁹

⁸Bambang Petrus Simamora dan Supriono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dwellling Time dan Billing System Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jakarta International Container Terminal)", (Malang : Universitas Brawijaya, 2017), Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.49 No.1, h.186.

⁹Cynthia Violita Wijaya, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy", (Surabaya : Universitas Kristen Petra, 2017), Vol.5 No.1, h.7.

Uji parsial (t)

Perbandingan t hitung dengan t tabel dapat dilihat bahwa nilai t hitung > dari nilai t tabel, yakni $3,610 > 2,627$. Jadi, berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa di *scoots barbershop* Masamba.

Berdasarkan hasil uji t di atas sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa peneliti lainnya diantaranya yaitu : Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bambang Petrus Simamotra dan Supriono dimana :

1) t test antara X1 (Ke nd l n) dengan Y (Kepu s n Pel ngg n) menunjukkan t hitung = 2,393. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residu l = 31) adalah sebesar 2,040. Karena t hitung > t tabel yaitu $2,393 > 2,040$ t u sig. t (0,023) < $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X1 (Ke nd l n) terhadap Kepu s n Pel ngg n adalah signifikan. Hal ini berarti H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepu s n Pel ngg n dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Ke nd l n itu dengan meningkatkannya Ke nd l n maka Kepu s n Pel ngg n akan mengalami peningkatan secara signifikan.

2) t test antara X2 (D y T ngg p) dengan Y (Kepu s n Pel ngg n) menunjukkan t hitung = 2,128. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residu l = 31) adalah sebesar 2,040. Karena t hitung > t tabel yaitu $2,128 > 2,040$ t u sig. t (0,041) < $\alpha = 0.05$ maka pengaruh X2 (D y T ngg p) terhadap Kepu s n Pel ngg n adalah signifikan pada taraf 5%. Hal ini berarti H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepu s n Pel ngg n dapat dipengaruhi secara signifikan oleh D y T ngg p itu dengan meningkatkannya D y T ngg p maka

Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan secara signifikan. 3) t test antara X₃ (Jumlah Minuman) dengan Y (Kepuasan Pelanggan) menunjukkan t hitung = 2,401. Sedangkan t tabel ($\alpha = 0.05$; db residu l = 31) adalah sebesar 2,040. Karena t hitung > t tabel yaitu $2,401 > 2,040$ atau $\text{sig. t } (0,023) < \alpha = 0.05$ maka pengaruh X₃ (Jumlah Minuman) terhadap Kepuasan Pelanggan adalah signifikan pada level 5%. Hal ini berarti H₀ ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Jumlah Minuman atau dengan meningkatkan Jumlah Minuman maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan secara nyata.¹⁰

Penelitian terdahulu yang sejalan selanjutnya oleh Cynthia Violita Wijaya dengan besarnya nilai signifikansi variabel bebas $< 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima yang artinya variabel harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, yang berarti adanya pengaruh yang cukup besar dari harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy.¹¹

¹⁰Bambang Petrus Simamora dan Supriono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dwelling Time dan Billing System Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jakarta International Container Terminal)", (Malang : Universitas Brawijaya, 2017), Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.49 No.1, h.186.

¹¹Cynthia Violita Wijaya, "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy", (Surabaya : Universitas Kristen Petra, 2017), Vol.5 No.1, h.7.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kompetensi individu dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen usaha jasa di *scoots barbershop* Masamba maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi individu secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa di *scoots barbershop* Masamba.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa di *scoots barbershop* Masamba.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapaun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Saran Untuk Perusahaan

- a. Dalam kaitannya dengan kompetensi individu, penulis menemukan hasil dari penelitiannya bahwa kompetensi individu memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, *scoots barbershop* Masamba tidak perlu

meningkatkan kompetensi individu pada usaha yang dijalankan karena hal tersebut tidak mempengaruhi kepuasan konsumen.

- b. Dalam kaitannya dengan kualitas layanan, penulis menemukan dari hasil penelitiannya bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, demi keberhasilan usaha pada *scoots barbershop* Masamba agar kiranya lebih memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanan yang ada pada usaha yang dijalankan.

2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

- a. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain dari kompetensi individu dan kualitas layanan yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel independen lain di luar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawiyah, Titien, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Diamond di Kota Samarinda”*, (Samarinda: Universitas Mulawarman, 2018), Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.6 No.2.
- Astuti, Winda Puji, *et.al*, *“Pegembangan Manajemen Talenta Terhadap Kualitas Pelayanan dengan Kinerja Karyawan Sebagai Variabel Intervening di BRT Tran Semarang PT Matra Semar Semarang”*, (Semarang: Universitas Pandanaran Semarang, 2018), Jurnal *Off* Manajemen, Vol.4 No.4.
- Bagia, Wayan, *“Perilaku Organisasi”*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2015).
- Diyar, Mochamad Robawi, *et, al*, *” Implementasi Sistem Informasi Pelayanan Jasa (Studi Kasus Pada Seventy Razors Barbershop Cabang Malang)”*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2017), Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.47 No.2.
- Erliana, Riana Dwi, *“Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Pembelian Ulang Produk Smartphone Samsung di Surabaya”*, (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2017).
- Famella, *et ,al*, *“Pengaruh Keterampilan Kerja, Pengalaman Kerja, dan Sikap Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Perusahaan Rokok Gagak Hitam Kabupaten Bonwoso”*, (Jember: Universitas Jember, 2015), Artikel Ilmiah Mahasiswa.
- Firatmadi, Agung, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan”*, (Jakarta Timur: Universitas Jayabaya, 2017), Jurnal *Off Business Studien*, Vol.2 No.2.
- Fikri, Sirhan, *et, al*, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang)”*, (Malang: Universitas Merdeka, 2016), Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol.3 No.1.
- Gulla, Rendy *et, al*, *“Analisis Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn”*, (Manado: Universitas Sam Ratulangi, 2015), Jurnal EMBA, Vol.3 No.1.

- Hidayat, Rinaldi, *et al*, “*Pengaruh Kepribadian Karyawan dan Kompetensi Karyawan Terhadap Prestasi Kerja*”, (Malang: Universitas Brawijaya, 2017), *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.49 No.2.
- Irawan, Handi “*10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*”, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2002).
- Kementerian Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Bandung, 2015).
- Kadarisman, M, “*Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia*”, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014).
- Koleangan, Saskia Paputungan dan Rosalina A.M. “*Pengaruh Kepuasan Kerja dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Hasjrat Abadi Manado*”, (Manado : Universitas Sam Ratulangi, 2019), *Jurnal EMBA*, Vol.7 No.2.
- Khoirullah, *et.al*, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Roti Bakar Breadhouse Sirojudin Tembalang Semarang)*”, (Semarang: Universitas Pandanaran Semarang).
- Mulyadi, Dedi, *et al*, “*Pengaruh Pendidikan dan Latihan (Diklat) dan Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Pupuk Kujang Cikampek*”, (Karawang: Universitas Buana Perjuangan).
- Moheriono, “*Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*”, (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada).
- Nasbir, Safira Farizah, “*Pengaruh Kualittas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salon Hair Nets*”, (Kendari: Universitas Halu Oleo, 2017).
- Purba, Jon Henri, “*Perencanaan Strategi Sumberdaya Manusia dan Prestasi Kerja Karyawan*”, (Medan: Universitas Methodist Indonesia, 2018), *Jurnal Manajemen*, Vol.4 No.1.
- Rasyid, Harun Al, “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Go-jek*”, (Jakarta: AMIK BSI, 2017), *Jurnal Ecodemica*, Vol.1 No.2.

- Simamora, Bambang Petrus, *et.al*, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dwelling Time dan Billing System Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Jakarta International Container Terminal)*”, (Malang: Universitas Brawijaya Malang, 2017), *Jurnak Administrasi Bisnis*, Vol.49 No.1.
- Supranto, J., “*Metode Penelitian Hukum Dan Statistik*”, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2003).
- Susilo, Heri, *et, al*, “*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening di Hotel Amanda Hills Bandungan*”, (Semarang: Universitas Pandanaran).
- Suliyanto, “*Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*”, (Yogyakarta : ANDI, 2011).
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. “*Manajemen Publik*”, (Jakarta: PT Grasindo, 2005).
- Utami, Novia Widya, “*6 Tips Memulai dan Mengembangkan Bisnis Barbershop,*” Blog Novia Widya Utami. [https://www. Jurnal.id/id/blog/2017/6-tips-memulai-mengembangkan-bisnis-barbershop](https://www.jurnal.id/id/blog/2017/6-tips-memulai-mengembangkan-bisnis-barbershop) (31 Juli 2018).
- Widiyanto, Ibnu “*Pointers : Metodologi Penelitian*”, (Semarang : BP Undip, 2008).
- Wijaya, Cynthia Violita, “*Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy*”, (Surabaya : Universitas Kristen Petra, 2019), Vol.5 No.1

L

A

M

P

I

R

A

N

KUESIONER PENELITIAN

“ Pengaruh Kompetensi Individu dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Usaha Jasa di *Scoots Barbershoop* Masamba ”

Identitas Responden

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Petunjuk Pengisian

1. Jawablah pertanyaan dibawah ini sesuai dengan penilaian saudara
2. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dan berilah tanda centang () pada salah satu kolom jawaban yang tersedia
3. Keterangan jawaban sebagai berikut :
 - SS : Sangat Setuju (5)
 - S : Setuju (4)
 - RR : Ragu-Ragu Atau Netral (3)
 - TS : Tidak Setuju (2)
 - STS : Sangat Tidak Setuju (1)

1. Kompetensi Individu (X₁)

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Cerdas dalam menjalankan ide-ide yang diberikan oleh pimpinan.					
2.	Ulet dalam melakukan pekerjaan.					
3.	Mampu menciptakan model rambut terbaru.					
4.	Cepat merespon keluhan konsumen.					
5.	Mampu berkomunikasi dengan baik serta tepat janji kepada konsumen.					
6.	Mampu mengendalikan pekerjaannya.					

7.	Tangguh atau mampu mengendalikan emosi apabila mendapatkan banyak keluhan dari konsumen.					
8.	Mampu mengetahui setiap karakter konsumen					
9.	Individu mampu menyelesaikan masalah pekerjaannya sendiri, apabila ada konsumen yang melakukan komplain.					
10.	Karyawan di <i>scoots barbershop</i> ramah terhadap konsumen					
11.	Teliti dalam melakukan pekerjaan.					
12.	Mempunyai rasa tanggung jawab.					
13.	Seorang individu mampu menyelesaikan pekerjaannya sesuai dengan keinginannya.					
14.	Mempunyai semangat kerja yang tinggi.					

2. Kualitas Layanan (X₂)

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Tersedianya fasilitas penunjang (tepat parkir, tempat duduk antrian dan toilet).					
2.	Menyediakan informasi yang dibutuhkan pada saat diminta oleh konsumen.					
3.	Pelayanan kepada konsumen oleh pihak karyawan <i>scoots barbershop</i> dilakukan dengan benar dan sungguh-sungguh dengan menjunjung tinggi profesionalisme dalam bekerja.					
4.	Kesigapan pihak karyawan untuk cepat tanggap dalam melayani konsumen.					
5.	Memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen.					
6.	Adanya jaminan atau ganti rugi					

7.	Kemampuan komunikasi yang baik dari pihak karyawan kepada pihak konsumen.					
8.	Perhatian pihak karyawan secara personal atau individu kepada konsumen					

3. Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Konsumen merasa puas dengan mutu pelayanan jasa yang diberikan oleh <i>scoots barbershop</i> .					
2.	Pelayanan yang diberikan kepada konsumen sudah memenuhi standar mutu .					
3.	Harga yang ditawarkan relatif murah					
4.	Teknologi yang digunakan sudah canggih sehingga saat melakukan pekerjaannya tidak membutuhkan waktu yang lama.					
5.	Peralatan yang digunakan <i>scoots barbershop</i> memberikan rasa aman kepada kosumen.					
6.	Perlengkapan yang digunakan oleh <i>scoots barbershop</i> aman digunakan bagi konsumen karena mempunyai label halal.					

Tabel Durbin-Watson (DW), $\alpha = 5\%$ (Untuk Autokorelasi)

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU								
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964						
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029

36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
46	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748
47	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203	1.3073	1.7736
48	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206	1.3167	1.7725
49	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
50	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
51	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701
52	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
53	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
54	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
55	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
56	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
57	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
58	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
59	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
60	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671
61	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904	1.4499	1.7281	1.4146	1.7671
62	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918	1.4554	1.7288	1.4206	1.7671
63	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932	1.4607	1.7296	1.4265	1.7671
64	1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946	1.4659	1.7303	1.4322	1.7672
65	1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960	1.4709	1.7311	1.4378	1.7673
66	1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974	1.4758	1.7319	1.4433	1.7675
67	1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988	1.4806	1.7327	1.4486	1.7676
68	1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001	1.4853	1.7335	1.4537	1.7678
69	1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015	1.4899	1.7343	1.4588	1.7680
70	1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028	1.4943	1.7351	1.4637	1.7683

71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96

36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81

71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77

Titik Persentase Distribusi t

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518

31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041

66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

Tabel r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541

RIWAYAT HIDUP



Kasmia lahir di Desa Mario, Kec. Baebunta, Kab. Luwu Utara , Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 04 April 1996. Anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan ayahanda Suherman dan ibunda Nafisa. Penulis pertama kali menempuh pendidikan formal pada tahun 2003 di SDN 036 Palandan dan tamat pada tahun 2009. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ditingkat SMP, tepatnya di SMP Negeri 3 Baebunta dan tamat pada tahun 2012. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ditingkat SMA, tepatnya di SMK Negeri 1 Masamba dan dinyatakan lulus pada tahun 2015.

Pada tahun 2015 penulis melanjutkan pendidikan sampai ke jenjang perguruan tinggi. Penulis memilih untuk melanjutkan pendidikan di **Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo**, dengan Program Studi Ekonomi Syariah (EKIS) fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Berbagai macam rintangan yang dihadapi di Perguruan Tinggi tidak menyurutkan langkahnya untuk terus aktif dan mengikuti perkuliahan dan berhasil menyelesaikan studi pada tahun 2019.

Seiring dengan berjalannya waktu, dengan berjalannya aktivitas yang padat diperkuliahan dan organisasi, namun penulis berhasil menyelesaikan karya tulis ilmiah dengan judul *Pengaruh Kompetensi Individu dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Usaha Jasa di Scoots BarberShop Masamaba* . Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pendidikan jenjang program Strata Satu (S1) Ekonomi.