

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Profil Singkat Klinik Kecantikan Yafa's Beauty & Health Care

Klinik kecantikan Yafa's Beauty & Health Care merupakan usaha yang bergerak dalam bidang jasa, klinik kecantikan ini didirikan pada tanggal 12 april 2020. Klinik kecantikan Yafa's Beauty & Health Care ini berlokasi di jalan Benteng Hilir, Percut Sei Tuan, Medan Tembung. Yafa's Beauty & Health Care memperoleh nilai baik dari para pelanggan sebab perawatan kulit telah sebagai keperluan untuk banyak orang khususnya para wanita.



Gambar 4.1
Lokasi klinik kecantikan Yafa's Beauty health Care

Yafa's Beauty Health & Care merupakan sektor bisnis klinik kecantikan profesional yang siap membantu kliennya dalam mewujudkan impian memiliki kulit yang sehat dan terjaga. Yafa's Beauty Health & Care menggunakan teknologi mutakhir untuk memberikan layanan perawatan kulit seperti pencerah kulit, perawatan jerawat, penghilang flek, dan terapi anti penuaan, yang dapat memperlambat proses penuaan dan mengurangi kerutan wajah. Yafa's Beauty Health & Care selalu menawarkan peralatan kosmetik yang bersih.

Klinik kecantikan Yafa's Beauty & Health Care mempunyai satu dokter dan tiga pegawai dalam merawat kecantikan. Pegawai di klinik ini termasuk

responsive pada saat konsumen masuk ke klinik tersebut, konsumen juga disambutkan dengan keramahan dari pegawainya. Klinik kecantikan ini memberikan sistem pesan waktu perawatan dari telepon dalam melaksanakan kegiatan ataupun berdiskusi tanya jawab mengenai produk yang disediakan. Selain itu juga memberikan kemudahan para pelanggan dengan memberi layanan jasa antar menggunakan jasa kurir dalam memberi beberapa produk yang tersedia.

2. Visi dan Misi

1) Visi

Sebagai perusahaan terdepan di Indonesia pada sektor kecantikan yang berfokus terhadap mutu dan layanan terbaik.

2) Misi

Memberikan pelayanan dalam merawat kulit berdasarkan pada keperluan kulit dengan individu, menambah tingkat kemauan publik mengenai penting akan merawat kulit oleh seluruh umur, dan memberi layanan yang terjangkau dan baik.

3. Jenis-Jenis Perawatan Klinik Kecantikan Yafa's Beauty

Klinik kecantikan Yafa's Beauty helth & Care menyediakan jenis-jenis perawatan wajah, berikut ini adalah perawatan yang disediakan klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Tabel 4.1
Daftar jenis perawatan wajah dan harga

di klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care

No	Jenis perawatan wajah	Harga
1.	Basic facial	100.000
2.	Black facial	300.000
3.	Diamond oxy treatment	200.000
4.	Diamond glow treatment	250.000
5.	Bright oil control treatment	300.000
6.	Oxygeneo treatment	500.000
7.	Baby skin treatment	650.000

8.	Glow peeling	400.000
9.	Flek peeling	350.000
10.	Acne peeling	350.000
11.	Body peeling	850.000
12.	Hand peeling	650.000
13.	Leg peeling	650.000
14.	Lips peeling	250.000
15.	Peeling lipatan ketiak	300.000
16.	Whitening infusion	700.000
17.	Filler	2.500.000
18.	Botox	850.000
19.	Mesolypolisis injection	500.000
20.	Mesoderma	850.000

Sumber : Admin di Klinik Kecantikan Yafa's Beauty & Health Care, Mei 2022

Selain perawatan wajah, klinik kecantikan Yafa's Beauty health & Care juga menyediakan produk perawatan yang dapat digunakan sehari-hari oleh pelanggannya. Berikut adalah tabel 4.2 yang menunjukkan jenis-jenis produk perawatan klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care.

Tabel 4.2

**Daftar jenis produk perawatan dan harga
Di klinik kecantikan Yafa's Beauty health & Care**

No	Jenis produk perawatan	Harga
1.	Acne series	198.000
2.	Brightening ultimate series	475.000
3.	Flek ultimate series	495.000
4.	Brightening basic	375.000
5.	Acne brightening	365.000
6.	Eye light serum	175.000
7.	Body brightening lotion	180.000

Sumber : Admin di Klinik Kecantikan Yafa's Beauty & Health Care, Maret 2022

Table 4.3

Daftar Permintaan Produk Yafa Beauty Health & Care

Tahun	Bulan	Jumlah konsumen
2021	April	15
2021	Mei	18

2021	Juni	20
2021	Juli	20
2021	Agustus	25
2021	September	27
2021	Oktober	31
2021	November	33
2021	Desember	40
2022	Januari	45
2022	Februari	47
2022	Maret	47
2022	April	50
2022	Mei	53
2022	Juni	55
2022	Juli	60
2022	Agustus	65

Sumber : Admin di Klinik Kecantikan YAFA's Beauty & Health Care, Maret 2022

B. Deskriptif Penelitian

1. Karakteristik Responden

Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang dibagi pada 67 responden, dimana responden memberikan jawaban angket tersebut yaitu pengunjung Klinik Kecantikan Yafa's Beauty Health & Care.

Tabel 4.4

Gambaran umum jenis kelamin responden

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	10	15,5%
2.	Perempuan	60	84,5%
	Total	70	100%

Data diolah SPSS 2022

Melihat tabel di atas, kita dapat melihat bahwa responden perempuan lebih banyak daripada responden laki-laki. Responden berjenis kelamin perempuan

sebesar 84,5% dan laki-laki sebesar 15,5%.

Tabel 4.5

Gambaran umum responden berdasarkan umur

No	Umur	Freakuensi	Persentase
1.	17 - 20 tahun	3	4,2%
2.	21 - 30 tahun	48	69%
3.	31 - 40 tahun	12	16,9%
4.	> 40 tahun	7	9,9%
	Total	70	100%

Data diolah SPSS 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat umur didominasi oleh mereka yang berada pada umur 21 tahun sebesar 69% dari kesimpulan sampel.

2. Uji persyaratan analisis

Tabel 4.6

Hasil uji analisis deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	70	11.00	25.00	19.9429	3.73734
Kualitasproduk	70	11.00	25.00	20.1000	3.62819
Lokasi	70	11.00	25.00	19.4714	3.55382
MinatMasyarakat	70	10.00	25.00	20.1857	3.94635
Muslim	70	10.00	25.00	18.9429	3.89681
PermintaanProduk	70	10.00	25.00	18.9429	3.89681
Valid N (listwise)	70				

Data diolah SPSS 2022

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa variabel harga (X1) memiliki nilai maksimum sebesar 25 dan nilai minimum sebesar 11 serta nilai mean 19.94 dengan total observasi sebanyak 70. Kualitas produk (X2) memiliki nilai maksimum sebesar 25 dan nilai minimum sebesar 11 serta nilai mean 20.10 dengan total observasi 70. Lokasi (X3) memiliki nilai maksimum sebesar 25 dan nilai minimum sebesar 11 serta nilai mean 19.47 dengan total observasi 70. Minat

masyarakat muslim (X4) memiliki nilai maksimum sebesar 25 dan nilai minimum sebesar 10 serta nilai mean 20.18 dengan total observasi 70. Permintaan produk (Y) memiliki nilai maksimum sebesar 25 dan nilai minimum sebesar 10 serta nilai mean 18.94 dengan total observasi 70.

C. Uji Analisis

1. Uji Validitas

Penulis menggunakan analisis SPSS untuk mengevaluasi validitas dan ketergantungan instrumen. Besarnya batasan atau validitas suatu alat ukur ditentukan dengan uji validitas. Besarnya skor korelasi antara skor angket dan skor total responden pada materi dalam angket dapat digunakan untuk menguji keefektifan suatu angket atau angket. Output SPSS menampilkan nilai statistik total untuk setiap item pertanyaan, yang dapat digunakan untuk memperkirakan sejauh mana validitas pertanyaan.

Dengan membandingkan nilai r taksiran dengan nilai r tabel, dilakukan uji signifikan untuk menentukan tingkat validitas. Dalam situasi ini, n adalah jumlah sampel, dan k adalah jumlah konstruksi, oleh karena itu derajat kebebasan (df) = $n-k-1$. Jika r hitung (untuk setiap item pertanyaan dapat dilihat pada item yang dikoreksi total korelasi question pool) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka item pertanyaan tersebut dikatakan valid. Dalam hal ini besarnya df dapat dihitung sebagai $70-5-1$ atau $df = 64$ dengan $\alpha 0,05$ diperoleh r tabel 0. (Rofiq and Hufron 2018)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN
Tabel 4.7
Uji validitas

Variabel	Item pertanyaan	Total correlation	R tabel	keterangan
Harga (X1)	X1.P1	0.587	0.235	Valid
	X1.P2	0.639	0.235	Valid
	X1.P3	0.766	0.235	Valid
	X1.P4	0.693	0.235	Valid
	X1.P5	0.645	0.235	Valid
Kualitas produk (X2)	X2.P1	0.664	0.235	Valid
	X2.P2	0.732	0.235	Valid
	X2.P3	0.682	0.235	Valid

	X2.P4	0.658	0.235	Valid
	X2.P5	0.730	0.235	Valid
Lokasi (X3)	X3.P1	0.643	0.235	Valid
	X3.P2	0.701	0.235	Valid
	X3.P3	0.714	0.235	Valid
	X3.P4	0.681	0.235	Valid
	X3.P5	0.773	0.235	Valid
Minat masyarakat muslim (X4)	X4.P1	0.747	0.235	Valid
	X4.P2	0.673	0.235	Valid
	X4.P3	0.804	0.235	Valid
	X4.P4	0.716	0.235	Valid
	X4.P5	0.732	0.235	Valid
Permintaan produk (Y)	Y.P1	0.747	0.235	Valid
	Y.P2	0.742	0.235	Valid
	Y.P3	0.685	0.235	Valid
	Y.P4	0.727	0.235	Valid
	Y.P5	0.682	0.235	Valid

Dari tabel-tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung $>$ dari r tabel (0.235) dan bernilai positif. Dengan demikian pertanyaan-pertanyaan tersebut dikatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk mengevaluasi ketergantungan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dirangkai dalam bentuk angket. Berdasarkan derajat ketelitian dan kestabilan suatu alat ukur, hasil pengujian akan menunjukkan dapat dipercaya atau tidaknya suatu alat penelitian. (Setiawan, Arifin, and Asiyah 2020)

Kriteria yang digunakan untuk menilai keandalan atau ketidakandalan instrumen penelitian. Perhitungan nilai r dan r tabel pada tingkat transparansi 95% (signifikan 5%) adalah dua contohnya. r hitung akan diwakili oleh nilai Alpha pada tabel berikut jika pengujian dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach Alpha:

Tabel 4.8

Uji reabilitas

Uji reabilitas	Reabilitas Coefecient	Cronbrach Alpha	Keterangan
----------------	-----------------------	-----------------	------------

Harga (X1)	5 pertanyaan	0.763	Realiabel
Kualitas produk (X2)	5 pertanyaan	0.774	Realiabel
Lokasi (X3)	5 pertanyaan	0.778	Realiabel
Minat masyarakat muslim (X4)	5 pertanyaan	0.788	Realiabel
Permintaan produk (Y)	5 pertanyaan	0.783	Realiabel

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha > 0.60 . Dengan demikian variabel (Harga, Kualitas produk, Lokasi, minat masyarakat muslim dan permintaan produk) dapat dikatakan reliable.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk memastikan apakah suatu variabel terdistribusi secara teratur atau tidak, maka dilakukan uji normalitas. Penting untuk mengevaluasi model distribusi normal yang digunakan sebagai sampel dari populasi yang terdistribusi normal sebelum mengevaluasi hipotesis. Uji Kolmogorov-Smirnov akan digunakan sebagai metode untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Di bawah ini adalah hasil perhitungan Kolmogorov-Smirnov yang digunakan dalam uji normalitas untuk semua variabel dengan menggunakan software SPSS.

Tabel 4.9

Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.31579002
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.085
	Negative	-.093
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil diolah SPSS 2022

Berdasarkan Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov didapat nilai signifikan sebesar 0,200 lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan data berdistribusi normal.

b. Uji Multikoleniaritas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linier antara variabel bebas. *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai toleransi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen digunakan untuk melakukan pengujian. Model dikatakan tidak menunjukkan tanda-tanda multikolinearitas pada nilai VIF dan tolerance jika nilai VIF tidak lebih besar dari 10 dari nilai tolerance $> 0,1$. (Jiwandono, Arifin, and Hufron 2019)

Tabel 4.10
Uji multikoleniaritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.474	2.110
	Kualitasproduk	.483	2.072
	Lokasi	.601	1.665
	Minatmasyarakatmuslim	.433	2.309

a. Dependent Variable: Permintaanproduk

Data diolah SPSS 2022

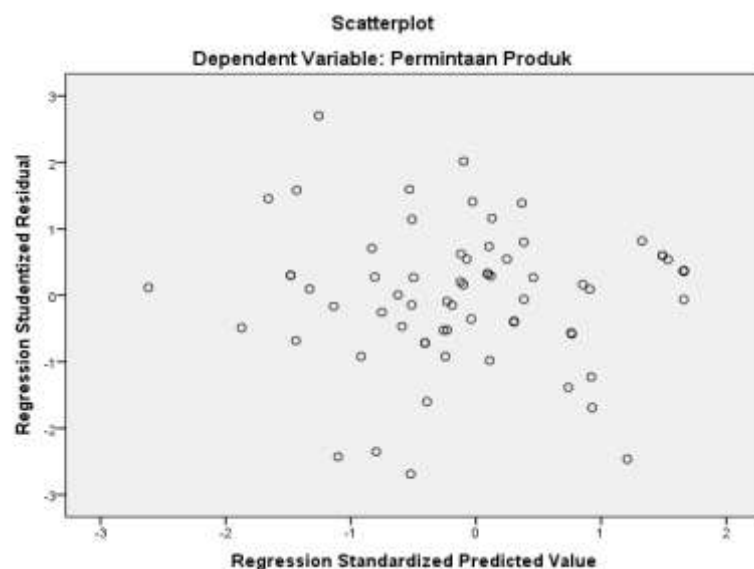
Tabel 4.11

Variabel	Tolerance	VIP	Kriteria
X1	0.474	2.110	Tidak terjadi multikoleniaritas
X2	0.483	2.072	Tidak terjadi multikoleniaritas
X3	0.601	1.665	Tidak terjadi multikoleniaritas
X4	0.433	2.309	Tidak terjadi multikoleniaritas

Data diolah SPSS 2022

c. Uji Heteroskedastisitas

Penggunaan pengujian heteroskedastisitas berguna dalam melihat terdapat ataupun tidak asumsi klasik heteroskedastisitas yang menyimpang yakni terdapat hasil yang tidak sama terhadap varian melalui residual bagi seluruh observasi terhadap model regresi. Syarat yang dipenuhi pada model ini yaitu terdapat atau tidak indikasi heteroskedastisitas. Terdapat berbagai teknik uji yang dapat diterapkan yakni dengan melihat scatterplot (Maksum, Rois Arifin, and Hufron 2018). Jika dot menyebar tidak teratur maka tidak terjadi heteroskedastisitas. seperti gambar dibawah ini:

**Gambar 4.2**

Scatterplot regression standardized predicted value

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tersebut tidak membentuk pola yang berbeda. Karena titik-titik terdistribusi di atas dan di bawah suhu Y angka 0 (nol), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Artinya beberapa asumsi normalitas, multikoleniaritas dan heteroskedetisitas dalam model tersebut dapat dipenuhi.

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menerapkan regresi linier berganda dalam membuktikan hipotesa riset. Analisa yang diterapkan berupa input data yang didapat melalui kuesioner. Data yang diolah dan dihasilkan menerapkan SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.471	1.890		-.249	.804
	Harga	.537	.112	.515	4.808	.000
	Kualitasproduk	.525	.114	.490	.4720	.003
	Lokasi	.472	.104	.430	4.523	.000
	MinatMasyarakat Muslim	.401	.111	.361	.4.013	.005

a. Dependent Variable: PermintaanProduk

Data diolah SPSS 2022

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = -0.471 + 0.537 X_1 + 0.525 X_2 + 0.472 X_3 + 0.401 X_4 + A\epsilon$$

Dari persamaan regresi di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Apabila nilai variabel yang terdiri dari harga, kualitas produk, lokasi, minat

masyarakat muslim bernilai nol, maka variabel permintaan produk akan tetap sebesar 0.471 karena nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar 0.471

- Nilai koefisien harga sebesar 0.537 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif (+) terhadap permintaan produk. Harga memberikan reaksi pada permintaan produk klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care. Jika harga menurun sebesar satu satuan maka permintaan produk akan meningkat sebesar 0.537.
- Nilai koefisien kualitas produk sebesar 0.525 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X2) berpengaruh positif (+) terhadap permintaan produk. Kualitas produk memberikan reaksi pada permintaan produk klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care. Jika kualitas produk meningkat sebesar satu satuan maka permintaan produk akan meningkat sebesar 0.525.
- Nilai koefisien lokasi sebesar 0.472 menunjukkan bahwa variabel lokasi (X3) berpengaruh positif (+) terhadap permintaan produk. Lokasi memberikan reaksi pada permintaan produk klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care. Jika harga menurun sebesar satu satuan maka permintaan produk akan meningkat sebesar 0.472.
- Nilai koefisien minat masyarakat muslim sebesar 0.401 menunjukkan bahwa variabel minat masyarakat muslim (X4) berpengaruh positif (+) terhadap permintaan produk. Minat masyarakat muslim memberikan reaksi pada permintaan produk klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care. Jika minat masyarakat meningkat sebesar satu satuan maka minat masyarakat akan meningkat sebesar 0.401.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t Parsial

Untuk memastikan apakah variabel independen (X) memiliki pengaruh individual terhadap variabel dependen, uji T adalah uji koefisien regresi parsial (Y). Tentukan t tabel dengan tingkat signifikansi $(\alpha) = 5\%$ atau 0,05 dengan uji dua sisi sebelum menarik

kesimpulan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Dengan derajat kebebasan (df) = $n-k-1 = 70-5-1 = 64$, maka dicari tabel distribusi t pada $= 5\%$. Nilai t tabel dengan $df = 64$ adalah 1,66, sebagaimana dapat ditunjukkan berdasarkan t tabel, $= 5\%$.

Tabel 4. 13
Uji parsial (t)

Model	T	Sig
(constant)	-.249	.804
Harga	4.808	.000
Kualitasproduk	3.220	.001
Lokasi	4.523	.000
Minatmasyarakatmuslim	2.013	.003

Dependendvariabel: permintaanproduk

Data diolah SPSS 2022

- Harga (X1) mempunyai taraf t hitung senilai 4.808. Nilai tersebut di atas nilai t tabel (1.66) dan taraf t sign. (0.000) < 0.05 . Maka uji hipotesa riset yaitu H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut menerangkan dengan parsial bahwasanya harga memberi pengaruh pada permintan produk Yafa's Beauty Health & Care.
- Kualitas Produk (X2) mempunyai taraf t hitung senilai 3.220. Nilai tersebut di atas nilai t tabel (1.66) dan taraf t sign. (0.01) < 0.05 . Maka uji hipotesa riset yaitu H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut menerangkan dengan parsial bahwasanya kualitas produk memberi pengaruh pada permintan produk Yafa's Beauty Health & Care.
- Lokasi (X3) mempunyai taraf t hitung senilai 4.523. Nilai tersebut di atas nilai t tabel (1.66) dan taraf t sign. (0.000) < 0.05 . Maka uji hipotesa riset yaitu H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut menerangkan dengan parsial bahwasanya lokasi memberi pengaruh pada permintan produk Yafa's Beauty Health & Care.
- Minat masyarakat muslim (X4) mempunyai taraf t hitung senilai

2.013. Nilai tersebut di atas nilai t tabel (1.66) dan taraf t sign. (0.003) < 0.05 . Maka uji hipotesa riset yaitu H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut menerangkan dengan parsial bahwasanya minat masyarakat muslimmemberi pengaruh pada permintaan produk Yafa's Beauty Health & Care.

b. Uji F Statistik

Uji F digunakan untuk memastikan apakah faktor independen memiliki efek simultan atau kumulatif pada variabel dependen. Kualitas signifikansi regresi antara masing-masing variabel independen (X) secara simultan berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen dinilai dengan menggunakan uji F (Y).

a. Pada nilai $F_{hitung} < 0,05$. Artinya H_0 diterima. Hal ini menunjukkan secara simultan variabel bebas berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat.

b. Pada nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$. Artinya H_0 diterima. Hal ini menunjukkan secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. (Hasanuddin, Rachma, and Wahono 2020)

Tabel 4.14

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	677.732	4	169.433	29.762	.000 ^b
Residual	370.039	65	5.693		
Total	1047.771	69			

a. Dependent Variable: PermintaanProduk

b. Predictors: (Constant), MinatMasyarakat Muslim, Lokasi, Kualitasproduk, Harga

Interpretatif:

Data diolah SPSS 2022

Nilai F hitung dari data di atas adalah 29.762 dengan tingkat

kepercayaan 95% signifikansi 5%, dan $df (n-k-1) = (70-5-1) = 64$, sehingga diperoleh F tabel sebesar 2,36. Jawaban ini menunjukkan bahwa nilai Fhitung > Ftabel adalah $29,762 > 2,36$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh simultan antara harga (X1), kualitas produk (X2), lokasi (X3), dan minat masyarakat muslim (X4) memiliki pengaruh yang besar berdampak pada permintaan produk (Y).

c. Uji R^2 (Determinasi)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan derajat saling ketergantungan antara dua variabel yang diteliti. Semakin besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah jika R^2 adalah 1 atau mendekati 1.

Tabel 4.15

KoefisienDeterminasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 ^a	.647	.625	2.38598

a. Predictors: (Constant), MinatMasyarakat Muslim, Lokasi, Kualitasproduk, Harga

b. Dependent Variable: PermintaanProduk

Data diolah SPSS 2022

Interpretatif:

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai Adjust R Square sebesar 0.625. Hal ini menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, lokasi dan minat masyarakat muslim berpengaruh sebesar 62% terhadap permintaan produk sedangkan sisanya sebesar 38% dipengaruhi oleh variabel lain atau faktor lain di luar penelitian.

D. Pembahasan Analisis Data

1. Pengaruh Harga Terhadap Permintaan Produk Yafa's Beauty Health & Care

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap permintaan produk. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai t hitung (X_1) sebesar 4.808 yang menunjukkan nilai t hitung $>$ t tabel ($4.808 > 1.66$). uji dua sisi dengan tingkat signifikansi variabel harga sebesar $0,000 < 0,05$, dengan demikian bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan produk klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care.

Menurut gagasan minat beli, keinginan konsumen untuk membeli suatu barang menurun seiring dengan kenaikan harga suatu produk. Sebaliknya, jika harganya lebih rendah, lebih banyak orang akan membeli produk tersebut. Temuan penelitian ini mendukung Kotler dan Armstrong (2014), yang menyatakan bahwa harga mewakili nilai keseluruhan yang diberikan oleh konsumen sebagai imbalan atas keuntungan penggunaan barang atau jasa. Harga secara tradisional menjadi elemen utama yang mendorong minat konsumen dalam pembelian. (Udompong and Wongwanich 2014)

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Dinaya supit (2019), dimana hasil yang diperoleh bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang produk kecantikan pada pelanggan Naavagreen di kota Yogyakarta.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Permintaan Produk Yafa's Beauty Health & Care

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap permintaan produk. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai koefisien kualitas produk (X_2) sebesar 3.220 yang menunjukkan nilai t hitung $>$ t tabel ($3.220 > 1,66$) dan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi variabel harga sebesar 0,001

$< 0,05$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan produk klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care.

Konsumen saat ini sangat khawatir tentang kualitas produk. Pelanggan menuntut kualitas produk setinggi mungkin untuk pembelian mereka. Kualitas produk, menurut Kotler (2007: 9), mengacu pada atribut produk atau layanan yang berdampak pada kapasitasnya untuk memenuhi tuntutan eksplisit atau implisit. Kualitas terkait erat dengan nilai dan kepuasan konsumen karena secara langsung mempengaruhi seberapa baik kinerja suatu produk atau layanan. (Putro 2014) Kualitas produk yang baik akan memotivasi pelanggan untuk membeli. Kemampuan suatu produk untuk memuaskan pelanggan dan mendorong pembelian ulang sangat penting. Selain itu, ini terkait erat dengan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan uang. Pelanggan lebih puas dengan barang-barang perusahaan ketika mereka memiliki kualitas yang lebih tinggi. (Lasander, 2013).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Gusti Ginasti (2021), dimana hasil yang diperoleh bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli produk oriflame pada mahasiswi fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Batusangkar

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Permintaan Produk Yafa's Beauty Health & Care

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap permintaan produk. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai t hitung (X_3) sebesar 4.523 yang menunjukkan nilai thitung $>$ ttabel ($4.523 > 1.66$). uji dua sisi dengan tingkat signifikansi variabel harga sebesar $0,000 < 0,05$, dengan demikian bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan produk klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care.

Hal ini sejalan dengan argumen Tjiptono (2014:43) yang menyatakan bahwa lokasi mempengaruhi kemudahan calon pelanggan untuk memperoleh layanan. Jadi, akses yang mudah berarti pelanggan tidak perlu bersusah payah mencari lokasi usaha. Lokasi dapat mempengaruhi permintaan produk karena ketika kualitas produk Yafa's Beauty Health & Care tinggi tetapi lokasinya tidak menguntungkan dan akses ke lokasi sulit, pelanggan mungkin ragu untuk melakukan perawatan di sana, yang dapat mengakibatkan ketidakpuasan pelanggan. Suasana hati konsumen akan terpengaruh, yang akan menimbulkan rasa senang dan puas atas kenyamanan yang diterima konsumen, jika pelayanannya baik dan didukung dengan akses yang mudah dan penempatan yang strategis. (Riza 2018)

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Nadya Nurul Sabrin (2018) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Roma Uli Zr Medan Marelan." Dimana hasil yang diperoleh bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada klinik kecantikan Roma Uli Zr Medan Marelan.

4. Pengaruh Minat Masyarakat Muslim Terhadap Permintaan Produk Yafa's Beauty Health & Care

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan minat masyarakat muslim terhadap permintaan produk. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan nilai koefisien minat masyarakat muslim (X_4) sebesar 2.013 yang menunjukkan nilai t hitung $< t$ tabel ($2.013 < 1,66$) dan nilai signifikan (0.003) dan uji dua sisi dengan tingkat signifikansi variabel harga sebesar $0,003 < 0,05$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa minat masyarakat muslim secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan produk klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Tri Hasrida Yanti (2018), dimana hasil yang diperoleh bahwa minat masyarakat berpengaruh terhadap jual beli kredit ditinjau dari ekonomi islam dusun karang agung desa negara nabung kabupaten Lampung Timur.

5. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi Dan Minat Masyarakat Muslim Terhadap Permintaan Produk

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk dan agen asuransi secara bersamasama terhadap loyalitas nasabah. Dapat dilihat dengan pengujian Fhitung yang menjelaskan bahwa nilai fhitung > ftabel yaitu $29.762 > 2.36$ sehingga dapat disimpulkan bahwa harga (X1), kualitas produk (X2), lokasi (X3), minat msyarakat muslim (X4) secara bersamasama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). Maka dengan kata lain variabel-variabel independen mampu menjelaskan besarnya variabel dependen.

Hasil pengujian koefisien determinasi berganda antara variabel harga (X1), kualitas produk (X2), lokasi (X3) dan minat masyarakat muslim (X4) adalah kuat, karena nilai R lebih dari 0,5 maka dapat dikatakan berkorelasi kuat. Dari perhitungan besarnya koefisien determinasi atau adjusted R² adalah 0,625 hal tersebut berarti 62% variabel permintaan produk dipengaruhi oleh harga, kualitas produk, lokasi, minat masyarakat muslim sedangkan sisanya (100% - 62%) adalah 38% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Berdasarkan pemaparan diatas sudah jelas bahwa hasil penelitian ini menunjukkan adanya harga, pengaruh kualitas produk, lokasi dan minat masyarakat muslim terhadap permintaan produk klinik kecantikan Yafa's Beauty Health & Care.