

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini memiliki tujuan guna mendemonstrasikan, menyelidiki dan memberi penjelasan secara empiris tentang pengaruh *Price Perception*, *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap *Buying Decision* pada Mahasiswa pengguna Shopee di IAIN Kudus. Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian di IAIN Kudus terhadap pengguna *e-commerce* Shopee yang terdapat di IAIN Kudus. Penelitian yang digunakan yakni pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian berdasarkan pada filosofi positivisme, dan penelitian terhadap populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan alat penelitian, analisis data adalah penelitian kuantitatif atau statistik yang bertujuan menguji hipotesis yang diberikan target.¹

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah area umum yang terdiri dari hal-hal atau subjek yang menunjukkan sifat dan kualitas tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti, dari mana kesimpulan dapat dibuat. Oleh karena itu, selain individu, ada barang-barang alami lainnya dalam populasi. Populasi juga mencakup semua sifat yang dimiliki setiap subjek atau item, di samping jumlah objek atau subjek yang diselidiki. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa di IAIN Kudus yang menjadi pengguna *e-commerce* Shopee.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian kecil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki suatu populasi.² *Non probability sampling* adalah metode yang digunakan untuk pengambilan sampel. Metode pengambilan sampel ini tidak menjamin bahwa setiap item atau orang dari populasi akan memiliki

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), 8.

² Hardani, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu Group, 2020), 362.

peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Sampel yang dipilih harus reliabel dan mampu menangkap kondisi populasi. Dengan demikian, penilaian terhadap populasi harus diambil dari temuan penelitian berdasarkan sampel.³

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan atau pilihan tertentu.⁴

Kriteria penentuan sampel adalah mahasiswa IAIN Kudus yang pernah melakukan transaksi pada *e-commerce* Shopee. Dikarenakan populasi tidak diketahui, maka penentuan pengambilan besarnya sampel didasarkan pada perhitungan Lameshow sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Nilai standart = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10% melalui rumus tersebut, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = 96,04 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

C. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian adalah atribut atau jenis atau nilai seseorang, objek, atau kegiatan dengan variasi tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik suatu kesimpulan. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, kita dapat mengklasifikasikan variabel sebagai berikut :

³ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 66.

⁴ Stanley Lameshow et al., *Adequacy of Sample Size in Health Studies* (Chiaster: John Wile & Sons Ltd, 1990), 1.

1. Variabel *Dependen* (Variabel Terikat) : Variabel terikat adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel lain. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah *Buying Decision* (Y).
2. Variabel *Independen* (Variabel Bebas) : Variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain. Variabel-variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, dan *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau memicu perubahan atau munculnya variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *Price Perception* (X1), *Online Customer Review* (X2), dan *Online Customer Rating* (X3).

D. Variabel Operasional

Variabel operasional adalah Variabel yang dibuat berdasarkan sifat konseptual yang dapat diamati dari variabel-variabel tersebut. Hal ini karena variabel penelitian adalah sekumpulan konsep teoritis yang bersifat abstrak dan tidak terukur, yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti.⁵ Tabel berikut menjelaskan definisi variabel operasional :

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel

No	Definisi Operasional Variabel	
1.	Variabel	<i>Price Perception</i> (X1)
	Definisi	Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Berdasarkan pada pengertian harga tersebut, maka persepsi harga adalah pendapat masyarakat tentang uang yang dibayarkan konsumen untuk mendapatkan barang atau untuk menikmati jasa tertentu. ⁶
	Indikator	1. Keterjangkauan harga.

⁵ H. Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2009), 76-78.

⁶ Nia Safitri Dewi dan Rokh Eddy Prabowo, “Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang)”, *Prosiding SENDI_U 2018*, 2016, 2018, 711.

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing harga. 4. Kesesuaian harga dengan manfaat.⁷
2.	Variabel	<i>Online Customer Review (X2)</i>
	Definisi	<i>Online customer review</i> menyediakan informasi yang relevan pada konsumen. Dikatakan relevan karena dilakukan dengan sukarela oleh konsumen yang telah membeli produk tersebut. <i>Online reviews</i> membentuk sikap konsumen terhadap suatu produk, yang berpengaruh secara langsung terhadap penjualan. ⁸
	Indikator	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Perceived usefulness</i>, mengacu pada sejauh mana konsumen percaya bahwa online customer review berguna dan merasakan manfaatnya. 2. <i>Perceived enjoyment</i>, yaitu rasa nyaman dan menyenangkan yang dirasakan dalam diri konsumen ketika mencari informasi melalui Online customer review. 3. <i>Perceived Control</i>, mengacu pada tingkat kontrol yang dimiliki konsumen atas tindakan mereka.⁹
3.	Variabel	<i>Online Customer Rating (X3)</i>
	Definisi	<i>Rating</i> ini adalah tipe yang lain dari opini yang diberikan oleh banyak orang dan menjadi evaluasi rata-rata dari para pembeli-pemberi rating- terhadap perbedaan fitur dari produk ataupun service penjual dan menjadi representasi dari opini konsumen dengan skala yang spesifik. ¹⁰
	Indikator	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Perceived usefulness</i> 2. <i>Perceived ease of use</i>¹¹
4.	Variabel	<i>Buying Decision (Y)</i>

⁷ Julia Retnowulan, 'PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE XIAOMI', *Cakrawala*, 17.2 (2017), 139–145.

⁸ Yuni Siti Nuraeni.

⁹ Cincin Rohmatulloh and Devilia Sari, 'Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee', *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 3.2 (2019), 1–8.

¹⁰ Auliya, dkk, 92-93.

¹¹ Novita Sarmis, 'PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING', 9.1 (2020), 81–84.

Definisi	Keputusan pembelian didasarkan pada rasional, motif logis dan atribut produk dari kegunaan kualitas biaya. Motif emosional melibatkan faktor non-objektif dan mencakup sosialisasi, imitasi lainnya dan estetika. Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam sekumpulan pilihan dan dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Pada pembeli dan mengembangkan pemahaman tentang bagaimana konsumen sebenarnya membuat keputusan pembelian mereka. ¹²
Indikator	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stabilitas pada suatu produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang¹³

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Metode Kuesioner (Angket)

Dalam metode ini, data dikumpulkan dengan mengajukan daftar pertanyaan yang harus responden lengkapi sendiri. Responden adalah seseorang yang memberikan tanggapan dan jawaban atas pertanyaan yang diajukan.¹⁴

Ada dua jenis kuesioner, yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka adalah kuesioner yang mendorong responden untuk menggunakan kata-kata mereka sendiri saat merespons. Peneliti memberikan jawaban untuk kuesioner terbuka, meninggalkan responden dengan hanya pilihan untuk memilih salah satu pilihan. Karena sudah ditentukan sebelumnya tanggapan yang diberikan, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup.¹⁵

¹² Pradika Muthiya Shafa and Jusuf Hariyanto, 'THE INFLUENCE OF PRICES , PRODUCT REVIEWS , AND PAYMENT METHODS ON PURCHASE DECISIONS IN ONLINE SHOPPING THROUGH THE SHOPEE APPLICATION (Case Study on Shopee Application Users in Bekasi)', *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 2020, 1–17.

¹³ Agustiawan Djoko Baruno and Novriza Annisa Sulistydea.

¹⁴ Irwan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial: Suatu Teknik Penelitian, Bidang Kesejahteraan Sosial Dan Ilmu Sosial Lainnya* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), 65.

¹⁵ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, 140-141.

Dalam penelitian kuantitatif, instrumen digunakan untuk mengumpulkan data. Nilai variabel yang diteliti ditentukan oleh instrumen penelitian. Akibatnya, jumlah instrumen penelitian yang dibutuhkan bervariasi pada kuantitas variabel yang diperiksa.

Metrik yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert adalah indikator yang digunakan untuk mengukur bagaimana perasaan individu atau kelompok tentang masalah sosial. Peneliti sengaja memilih fenomena sosial ini, yang disebut sebagai variabel penelitian selanjutnya. Tanggapan untuk setiap item instrumental menggunakan skala Likert adalah memiliki gradasi dari yang sangat positif hingga sangat negatif dan dapat berisi kata-kata berikut :¹⁶

Tabel 3. 2
Skala Likert

No	Kriteria	Kategori Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas suatu kuesioner dapat dievaluasi dengan menggunakan uji validitas. Jika sebuah pertanyaan dapat memberikan jawaban yang dapat diukur, kuesioner dianggap asli. Validitas dapat diukur dengan cara berikut:

- 1) Hubungan antara skor pertanyaan dengan skor keseluruhan konstruk atau variabel, sebagaimana dinyatakan sebagai berikut: (a) H_a menunjukkan bahwa tidak ada korelasi positif antara skor pertanyaan dan skor keseluruhan konstruk; (b) H_0 menunjukkan bahwa ada korelasi positif antara skor pertanyaan dan skor keseluruhan konstruk. Dengan membandingkan nilai korelasi yang diperoleh

¹⁶ H. Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2009), 93.

dengan nilai hitung pada r tabel $df = n - k$, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah konstruk, maka dilakukan uji signifikansi.

- 2) Dengan menggunakan aplikasi SPSS, tentukan hubungan antara hasil setiap soal dengan hasil keseluruhan.

Adapun langkah-langkah pengambilan keputusan mengenai uji validitas data adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai r -hitung $>$ t -tabel maka item pernyataan survei valid atau signifikan (dengan taraf signifikansi 0,05).
- 2) Jika nilai r -hitung $<$ t -tabel maka item pernyataan survei tidak valid atau tidak signifikan (dengan taraf signifikansi 0,05).¹⁷

b. Uji Reliabilitas

Kuesioner yang digunakan sebagai indikasi suatu variabel atau struktur diukur dengan menggunakan uji reliabilitas. Ketika reaksi seseorang terhadap kenyataan stabil atau konsisten, kuesioner dikatakan dapat diandalkan atau dapat dipercaya. Ada dua teknik untuk mengukur reliabilitas:

- 1) *Repeated Measure* (Pengukuran Berulang). Di sini, seseorang akan ditanyai pertanyaan yang sama di berbagai titik untuk melihat apakah tanggapan mereka konsisten atau tidak.
- 2) *One Shot* (Satu pengukuran). Pengukuran dilakukan satu kali, dan hasilnya dibandingkan dengan jawaban atas pertanyaan tambahan atau digunakan untuk menentukan korelasi antara jawaban pertanyaan.

Anda dapat menggunakan aplikasi SPSS dan uji statistik *Cronbach Alpha* untuk menjalankan uji reliabilitas. Ketika suatu alat lolos uji reliabilitas, yang diverifikasi dengan metode uji menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*, dikatakan memiliki nilai $>$

¹⁷ Syahrums and Salim, "Metodologi Penelitian Kuantitatif" (Bandung: Cita Pustaka, 2012), 135.

0,60. Di sisi lain, sebuah tes dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* rendah atau lebih kecil dari (0,60).¹⁸

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi yang teratur atau tidak. Model regresi yang efisien memiliki distribusi data yang normal atau hampir normal. Uji normalitas data memungkinkan distribusi data menyerupai, mengikuti, atau mendekati distribusi normal, yaitu distribusi berbentuk lonceng tanpa juling kiri atau kanan.

Karena diterapkan pada semua variabel sekaligus, uji normalitas regresi dan multivariat sebenarnya cukup rumit. Namun, tes ini beroperasi di bawah gagasan bahwa jika setiap variabel secara independen memenuhi persyaratan normal, maka variabel ini harus (multivariate) secara bersama-sama juga dapat dianggap memenuhi asumsi normalitas. Metode P-plot digunakan sebagai uji normalitas dengan taraf signifikansi 5%. Kriteria penentuan uji normalitas adalah :

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal.¹⁹

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah regresi telah mengungkapkan ketergantungan atau korelasi antar variabel bebas. Secara alami, variabel independen dalam model regresi yang sesuai tidak memiliki hubungan satu sama lain. Jika variabel bebas dan variabel terikat mempunyai korelasi, maka keduanya bukan variabel ortogonal. Variabel independen dengan korelasi tidak

¹⁸ Imam Ghozali, *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATIVE DENGAN PROGRAM IBM SPSS19*, 5 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 48-49.

¹⁹ Imam Ghozali, *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATIVE DENGAN PROGRAM IBM SPSS19*, 5 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 48.

nol di antara mereka dikatakan sebagai variabel ortogonal. Anda dapat memeriksa multikolinieritas dalam model regresi menggunakan nilai R², matriks korelasi variabel independen, toleransi dan inversnya, dan *Variance Inflation Factor* (VIF).²⁰

Menurut Ghozali uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengandung multikolinieritas. Mendeteksi multikolinieritas dapat melihat nilai *tolerance* dan *varian inflation factor* (VIF) sebagai tolak ukur. Apabila nilai *tolerance* < 0,10 dan nilai VIF > 10 maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian tersebut terdapat multikolinieritas.²¹

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas secara efektif menentukan perubahan residual yang diamati dalam analisis regresi untuk menentukan apakah ada perbedaan. Model regresi lolos atau gagal uji heteroskedastisitas. Suatu model regresi dinyatakan memiliki variance yang sama jika perbedaan nilai sisa antar pengamatan sama atau tetap. Di sisi lain, model heterogen ada ketika perbedaan kualitas residual antara pengamatan terlihat jelas. Uji rank spearman merupakan salah satu alat untuk mendeteksi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji signifikansi harus dilakukan untuk mengkonfirmasi heteroskedastisitas menggunakan uji rank Spearman. Jika nilai signifikansi < 0,05, terdapat bukti heteroskedastisitas dalam model regresi. Namun, tidak ada bukti heteroskedastisitas dalam model regresi ketika nilai signifikansi > 0,05.²²

²⁰ H. Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2009), 102-115.

²¹ Imam Ghozali, *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATIVE DENGAN PROGRAM IBM SPSS19*, 5 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 105-107.

²² V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta, 2014), 73.

d. Uji Autokorelasi

Masalah autokorelasi adalah masalah berbasis korelasi. Masalah autokorelasi adalah masalah dimana ada korelasi. Residu (kesalahan pengganggu) tidak independen untuk setiap pengamatan, yang menyebabkan masalah ini. Dengan data deret waktu atau time series, hal ini sering terjadi. Hal ini terjadi karena "gangguan" seseorang atau kelompok cenderung berdampak pada "gangguan" individu atau kelompok itu di era berikutnya. Model regresi tanpa autokorelasi merupakan model regresi yang baik. Metode untuk menentukan korelasi salah satunya adalah Uji Durbin-Watson (DW Test)

Tidak ada variabel lain dalam variabel independen dan uji Durbin-Watson hanya berlaku untuk autokorelasi level satu, yang membutuhkan bagian (konstanta) dalam model regresi. Hipotesis yang akan diuji adalah :

H_0 : tidak ada autokorelasi ($r = 0$)

H_a : ada autokorelasi ($r \neq 0$)²³

Dengan kriteria :

- 1) $0 < d < d_l$, berate tidak ada autokorelasi positif dan keputusannya ditolak.
- 2) $d_l \leq d \leq d_u$, berarti tidak ada autokorelasi positif dan keputusannya *no decision*.
- 3) $4 - d_u < d < 4$, berarti tidak ada autokorelasi negatif dan keputusannya ditolak.
- 4) $4 - d_u \leq d \leq 4$, berate tidak ada autokorelasi negative dan keputusannya *no decision*.
- 5) $d_u < d < 4 - d_u$, berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif dan keputusannya tidak ditolak.²⁴

²³ H. Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Mibarda Publishing dan Media Ilmu Press, 2009), 102-115.

²⁴ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta, 2014), 76.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) memiliki hubungan linier (Y). Penelitian ini menetapkan jumlah variabel dependen, arah hubungan antara variabel independen dan dependen, dan apakah ada hubungan positif atau negatif untuk setiap variabel independen. ketika nilai variabel bebas naik atau turun. Persamaan untuk regresi linier berganda adalah:

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

Keterangan:

- Y = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)
 X_1 dan X_2 = Variabel independen
 a = Konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)
 b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)²⁵

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan uji koefisien determinasi (R^2) atau R Square adalah untuk menghitung sejauh mana pengaruh kompetensi variabel independen (X level) terhadap variabel dependen (Y). Jika R^2 mendekati 1, maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat; sebaliknya jika R^2 mendekati 0, maka tidak ada pengaruh signifikan variabel bebas terhadap variabel terikat.²⁶

c. Uji T

Dengan bantuan pengujian ini, seseorang dapat menentukan apakah variabel independen model regresi (X_1, X_2, \dots, X_n) memiliki pengaruh yang sedikit signifikan terhadap variabel dependen (Y). Jika t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dengan menggunakan kriteria uji dan ambang batas

²⁵ Dyah Nirmala Arum Janie, *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS* (Semarang: Semarang University Press, 2012), 13.

²⁶ V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian* (Yogyakarta, 2014), 76.

signifikansi 0,05 (= 5%).²⁷ Uji parsial (Uji t) merupakan uji yang digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh dari satu variabel independen secara individual dalam mempengaruhi ataupun menjelaskan variabel dependen. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji t yaitu :

- 1) H_0 diterima dan H_1 ditolak jika nilai t hitung < dari t tabel atau jika nilai signifikan > 0,05.
- 2) H_0 ditolak dan H_1 diterima jika nilai t hitung > dari t tabel atau jika nilai signifikan < 0,05.²⁸

d. Uji F

Pengujian ini mengevaluasi signifikansi hubungan antara variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) dan variabel terikat (Y). Bandingkan estimasi F dengan F tabel setelah menerapkan tingkat signifikansi 0,05 (= 5%). H_0 ditolak jika nilai F estimasi melebihi F tabel.²⁹

²⁷ Imam Ghazali, *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATIVE DENGAN PROGRAM IBM SPSS19*, 5 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 88.

²⁸ Imam Ghazali, *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATIVE DENGAN PROGRAM IBM SPSS19*, 5 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 90.

²⁹ Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), 78-83.