

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam suatu penelitian dibutuhkan jenis penelitian yang tepat. Salah satunya adalah jenis penelitian lapangan (*Field Research*) atau bisa dikenal dengan penelitian empiris, adalah suatu penelitian dimana data beserta keterangannya didapatkan dari aktivitas kerja lapangan penelitian.¹ Pengamatan yang perlu dilakukan dalam penelitian ini adalah pengaruh persepsi kualitas dan pengetahuan konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian (studi kasus konsumen tas Ayu Fatma Collection di Kudus)

Metode pendekatan kuantitatif memiliki landasan pada filsafat positivisme yang bertujuan untuk melakukan penelitian pada sampel serta populasi, metode mengumpulkan sampel biasanya dilakukan dengan acak, penggunaan instrument penelitian dalam pengumpulan data, penganalisisan data yang memiliki sifat kuantitatif yang bertujuan untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis yang sudah dirumuskan. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan yang digunakan untuk memperoleh informasi mengenai kaitan antar variabel serta hubungan variabel independen dengan objek penelitian, serta melakukan pengujian terhadap hipotesis yang dirumuskan..²

Dalam melakukan pendekatan penelitian kuantitatif, data yang digunakan dapat didapatkan secara langsung dari lapangan yang kemudian dirubah dijadikan angka. Angka yang diperoleh, dilakukan pengolahan dengan metode-metode yang bertujuan memperoleh hasil data yang diharapkan.

B. Sumber Data Penelitian

Untuk menunjang terlaksananya penelitian, diperlukan adanya sumber data, meliputi:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data-data yang didapatkan bersumber dari responden secara langsung.³ Data bersumber dari jawaban responden yang telah menjawab beberapa pertanyaan

¹ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, (Yogyakarta: UII Press, 2005), 34

² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 13

³ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2013), 13.

yang diberikan oleh penulis. Dalam penelitian ini responden yang telah menjawab pertanyaan dari angket tersebut adalah konsumen yang telah melakukan pembelian tas Ayu Fatma *Collection* di Kudus

2. Sumber Data Sekunder

Yang dimaksud dengan data sekunder merupakan data yang diperoleh setelah melakukan pencarian mulai dari: dokumen, laporan penelitian yang berasal dari instansi, publikasi, atau pencarian data lain yang mendukung dilakukannya penelitian.⁴ data sekunder ini peneliti dapatkan dari buku literature, arsip, dokumen atau media alternative lain yang berkaitan permasalahan yang ada pada penelitian. Data didapatkan dengan cara melakukan pengamatan, dokumentasi, jurnal penelitian, dan buku yang membantu dalam mengerjakan penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam suatu penelitian pasti diperlukan suatu populasi untuk memudahkan terlaksananya penelitian. Populasi dapat diartikan sebagai suatu daerah generalisasi meliputi obyek atau subyek yang memiliki karakteristik serta mempunyai kualitas yang telah ditentukan peneliti yang digunakan sebagai bahan pembelajaran dan kemudian diperoleh hasil atau kesimpulannya.⁵ Populasi yang diperlukan untuk menunjang terlaksananya penelitian yaitu konsumen yang membeli produk tas konveksi Ayu Fatma *Collection* di Kudus. Dikarenakan populasi tidak dapat dinyatakan secara pasti total sesungguhnya dari konsumen yang menggunakan produk tas konveksi Ayu Fatma *Collection* maka populasinya adalah populasi yang tak terbatas.

2. Sampel

Dalam suatu penelitian pasti memerlukan sampel guna kelangsungan melakukan penelitian, sebelum itu seorang peneliti penting untuk mempelajari segala sesuatu yang berkaitan dengan sampel tersebut dengan catatan sampel yang akan diteliti harus sungguh-sungguh mewakili. Yang dimaksud dengan sampel merupakan suatu bagian yang dimiliki oleh populasi baik jumlah maupun karakteristiknya. Apabila populasi yang digunakan dalam penelitian terbilang cukup besar, hal tersebut mengakibatkan

⁴ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 13

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 72.

peneliti memiliki batasan seperti batasan waktu, dana dan tenaga. Sehingga peneliti harus menggunakan sampel yang berasal dari populasi itu.⁶

Penelitian ini perlu memakai teknik *Sampling* kemudahan karena populasi yang digunakan tidak pasti untuk mengetahuinya. Dengan demikian, dalam menghitung seberapa banyak sampel yang digunakan diperlukan rumus di bawah ini:

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

Di mana : n adalah jumlah dari sampel yang digunakan

Z adalah Tingkat keyakinan dalam penentuan sampel sebesar 90% dengan $\alpha = 10\%$ (derajat), yaitu sebesar 1,96

e adalah *sampling error* sebesar 10%.

Berdasarkan keterangan-keterangan diatas, maka diperoleh hasil perhitungan sampel yaitu:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} \\ &= \frac{3,8416}{0,04} \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diperoleh sampel dalam penelitian ini dibulatkan sebanyak 97 responden. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan tas Ayu Fatma Collection di Kudus

D. Desain dan Definisi Operasional Variabel

1. Desain Variabel Penelitian

Dalam pengujian tentunya harus ada variabel yang akan diteliti. Variabel penelitian merupakan suatu hal dalam wujud apapun yang ditentukan seorang penulis agar dipelajari guna mendapatkan hasil yang berupa data atau informasi sehingga diperoleh kesimpulan. Berdasarkan kaitan dari masing-masing variabel, dalam penelitian ini variabel penelitian dibagi menjadi:⁷

a. Variabel Independen

Variabel independen yaitu variabel yang menjadi penyebab perubahan pada variabel terikat. Variabel ini disebut

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 73.

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2011), 2-4.

juga dengan variabel bebas, yang dikenal dengan variabel *antecedent*, *predictor*, *stimulus*.⁸ Dalam penelitian ini variabel bebas meliputi Persepsi Kualitas dan Pengetahuan Konsumen.

b. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang menjadi akibat adanya perubahan yang disebabkan oleh variabel bebas. Variabel dependen biasa disebut dengan variabel terikat, variabel ini juga dikenal sebagai variabel output, kriteria, konsekuen.⁹ Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan yaitu Pengambilan Keputusan Pembelian.

2. Definisi Operasional

Untuk memudahkan dalam penelitian diperlukan definisi operasional untuk mengetahui masing-masing variabel. Yang dimaksud dengan definisi operasional merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengetahui petunjuk pengerjaan pengukuran variabel.

Dibawah ini merupakan definisi operasional yang diperlukan untuk menunjang terlaksananya penelitian, yaitu:

Tabel 3.1 Definisi Operasional

N o	Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
1	Persepsi Kualitas (X ₁)	Persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan apa yang diharapkan	a. Kinerja b. Pelayanan c. Ketahanan d. Keandalan e. Karakteristik produk f. Kesesuaian dengan	a. Produk berfungsi dengan baik b. Produk dikemas dengan baik c. Produk memiliki umur ekonomis yang tahan lama d. Produk dilengkapi dengan atribut lain sebagai pelengkap e. Produk memiliki

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 33.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 33.

		oleh pelanggan. ¹⁰	spesifikasi g. Hasil	desain yang bervariasi f. Kualitas produk memenuhi kualitas yang telah ditentukan g. Kualitas produk sesuai dengan harapan konsumen.
2	Pengetahuan Konsumen (X ₂)	pengetahuan konsumen merupakan segala keterangan yang diperoleh pelanggan yang berkaitan dengan produk tersebut beserta fungsi yang didapatkan konsumen ketika menggunakannya. ¹¹	a. Pengetahuan atribut produk b. Pengetahuan manfaat produk c. Pengetahuan kepuasan yang diberikan oleh produk.	a. Konsumen mengetahui produk memiliki desain yang <i>up to date</i> b. Konsumen mengetahui produk memiliki harga yang terjangkau c. Konsumen mengetahui nama merek d. Produk memberikan kemudahan bagi konsumen ketika berpergian. e. Produk memberikan rasa nyaman f. Produk memberikan ukuran yang bervariasi. g. Produk

¹⁰ Darmadi Durianto, dkk., *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, 96.

¹¹Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, 148

				memberikan tampilan yang memuaskan.
3	Pengambilan Keputusan (Y)	Suatu tindakan dari beberapa pilihan alternative yang sudah dipertimbangkan untuk memperoleh suatu keputusan. ¹²	a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi c. Penilaian alternatif d. Keputusan membeli e. Perilaku setelah pembelian	a. Konsumen membeli produk karena kualitas yang terjamin baik b. Konsumen membeli karena cocok dengan kebutuhannya sebagai pelajar atau mahasiswa c. Konsumen membeli produk karena di lingkungannya banyak yang menggunakan d. Konsumen mengambil keputusan untuk mengambil produk karena telah membandingkan dengan produk lain e. Konsumen merasa puas dengan produk tersebut f. Konsumen akan membeli kembali produk tersebut.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

1. Uji Validitas Instrumen

¹² Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen*, 139

Dalam penelitian, pengujian validitas instrument bertujuan mengukur valid atau tidak koesioner. Koesioner bisa disebut valid apabila pertanyaan yang ada pada koesioner dapat menjelaskan segala sesuatu mengenai yang diukur dalam koesioner itu.¹³

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi 0,05 dengan uji dua sisi. Disertai dengan syarat:¹⁴

- a. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig. 0,05) dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan-pertanyaan dinyatakan valid
- b. Jika $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ (uji dua sisi dengan sig. 0,05) dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan-pertanyaan dinyatakan tidak valid

2. Reliabilitas Instrumen

Untuk pengujian reliabilitas merupakan suatu pengujian yang berfungsi untuk melakukan pengukuran terhadap konsistensi alat ukur, apakah alat ukur dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran diulang terus-menerus.¹⁵ Untuk pelaksanaan pengujian reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha* pada program SPSS. Jika angka yang dihasilkan dalam pengolahan uji statistic *cronbach alpha* lebih dari 0,60 ($>0,60$), maka pengujian tersebut memenuhi kriteria yaitu item pertanyaan yang digunakan dapat disebut reliabel.¹⁶

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dari lapangan dapat diperoleh didapatkan dari metode kuesioner, observasi dan dokumentasi. Metode tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuesioner

Koesioner adalah salah satu teknik yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang diperoleh dengan memberi beberapa pernyataan tertulis dengan tujuan agar dijawab oleh responden. Koesioner yaitu cara mengumpulkan data yang tepat jika mengetahui pengukuran variabel dengan pasti serta mengetahui hal

¹³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 52

¹⁴ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Jakarta: PT Buku Seru, 2010), 95.

¹⁵ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 97.

¹⁶ Masrukhin, *Statistik Deskriptif dan Inferensial (Aplikasi Program Spss dan Exel)*, (Kudus: Media Ilmu Press, 2014), 139

yang diinginkan oleh sampel.¹⁷ Dalam penelitian ini, cara peneliti mengumpulkan data adalah dengan metode angket atau bisa disebut dengan kuesioner.

Dalam penelitian ini item-item pertanyaan dalam kuesioner berupa variabel Persepsi Kualitas (X_1), Pengetahuan Konsumen (X_2), dan Pengambilan Keputusan Pembelian (Y_1). Pada kuesioner ini, menggunakan pertanyaan terbuka yang meliputi item pertanyaan-pertanyaan yang bertujuan memperoleh informasi mengenai karakteristik responden. Karakteristik responden diperoleh dari jawaban responden yang telah menjawab item pertanyaan dengan tujuan item-item pertanyaan tersebut dapat digunakan melakukan analisis jawaban-jawaban responden pada pertanyaan yang disebabkan nilai pokok yang diberikan oleh taraf kognisi untuk memperoleh jawaban dari pertanyaan yang tertutup.

2. Observasi

Yang dimaksud metode observasi yaitu metode mengumpulkan data dengan melewati tahap pencatatan (subjek), objek maupun peristiwa yang berurutan tanpa adanya pertanyaan dalam penelitian yang berkaitan dengan individu. Observasi dapat berkaitan dengan sesuatu yang dapat berhubungan dengan kegiatan perilaku atau non perilaku.¹⁸

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan kegiatan penemuan serta pencarian bukti dengan cara mengumpulkan data yang akan dicari. Dengan adanya dokumentasi, penelitian dapat dijelaskan dan digambarkan mengenai situasi yang terjadi.¹⁹ Metode dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara menggunakan data di wilayah Kudus dan narasumber konsumen dari produk tas Ayu Fatma *Collection*.

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Serangkaian data yang memiliki tujuan pegujian apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak, disebut dengan uji

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, 135.

¹⁸ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014),

111.

¹⁹ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 139.

normalitas.²⁰ Metode dalam melakukan pengujian normalitas suatu data dapat dilihat dari dalam bentuk histogram atau penyebaran data dengan cara normal P-P Plot. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan melakukan pengujian adanya hubungan antara variabel bebas dengan menggunakan analisis regresi. . Apabila dalam pengujian, variabel-variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel tersebut tidak orthogonal. Maka dalam melakukan analisis regresi sebaiknya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas.²¹

Dengan dasar metode VIF (*Varian Inflation Factor*) dan koefisien korelasi antar korelasi bebas dapat dilakukan uji multikolinearitas dengan analisis regresi berganda yang dibantu dengan program SPSS versi 16.0. Maka syarat dalam penelitian, yaitu:

- a. Jika nilai tolerance lebih besar dari $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Jika nilai VIF lebih kecil dari $< 10,00$, maka artinya tidak terjadi masalah multikolinearitas.²²

3. Uji Autokolerasi

Untuk mengetahui adanya problem autokolerasi, dapat dilakukan dengan uji autokolerasi dengan melakukan pengujian apakah dalam analisis regresi linear terdapat korelasi dengan kesalahan penggunaan pada priode (t) dengan kesalahan priode sebelumnya (t-1). Dengan pengujian tersebut apabila terjadi korelasi, maka dapat diketahui problem autokolerasinya.²³ Uji autokolerasi dengan SPSS dilakukan dengan Durbin Watson untuk mendeteksi terjadinya autokolerasi pada nilai residual dari sebuah analisis regresi.

4. Uji Heteroskedastisitas

²⁰Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi aksara, 2014), 153.

²¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, 105.

²² Muhammad Ali Gunawan, *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi, dan Sosial*, (Yogyakarta: Parama Publishing, 2015), 95.

²³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, 110.

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki variance yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Artinya, setiap observasi mempunyai reliabilitas yang berbeda akibat perubahan dalam kondisi yang melatarbelakangi tidak merangkum dalam spesifikasi model. Gejala heteroskedastisitas lebih sering dijumpai dalam data silang tempat dari pada runtut waktu, juga sering muncul dalam analisis yang menggunakan data rata-rata.²⁴ Dalam uji heteroskedastisitas ini penulis menggunakan SPSS dilakukan dengan regresi berganda cara *Scatterplot* untuk mengetahui hubungan antara dua variabel.

H. Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Dilakukannya model regresi ditunjukkan untuk mengetahui apakah terjadi perubahan pada variabel terikat, apabila nilai variabel bebas di manipulasikan, dengan sengaja mengalami perubahan. Seorang Peneliti dapat melakukan analisis ini apabila ia memiliki tujuan untuk memprediksi suatu keadaan variabel terikat, apabila beberapa variabel bebas dalam penelitian dijadikan faktor prediktor nilainya dinaik-turunkan.²⁵

Tujuan diadakannya analisis regresi berganda agar dapat dipahami seberapa besar pengaruhnya variabel bebas (Persepsi Kualitas dan Pengetahuan Konsumen) terhadap variabel dependen (Pengambilan Keputusan Pembelian). Rumus dan keterangan dari persamaan regresi berganda dapat dilihat di bawah ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Pengambilan Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X₁ = Persepsi Kualitas

X₂ = Pengetahuan Konsumen

e = Standart Error

β₁ = Koefisien regresi variabel Persepsi Kualitas

β₂ = Koefisien regresi variabel Pengetahuan Konsumen

2. Uji T (Parsial)

²⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 21*, 85.

²⁵ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabetha, 2010), 275.

Dilakukannya uji statistic T bertujuan untuk mengetahui dalam analisis regresi variabel bebas (Persepsi Kualitas dan Pengetahuan Konsumen) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Pengambilan Keputusan Pembelian). Dalam penelitian ini diperlukan rumus t hitung untuk melaksanakan model regresi, yaitu:

$$t_{hitung} = \frac{bi}{Sbi}$$

Keterangan:

Bi = Koefisien regresi variabel

Sbi = Standart error variabel

Dalam melakukan uji t , peneliti menggunakan tingkat keyakinan 95%, dengan syarat dibawah ini:

a. Penetapan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis berdasarkan t hitung dan t tabel.

1) H_0 diterima dan H_a ditolak apabila t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($t_{hitung} \leq t_{tabel}$)

2) H_0 ditolak dan H_a diterima apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($t_{hitung} > t_{tabel}$)

b. Berdasarkan nilai signifikansi

1) H_0 diterima dan H_a ditolak apabila taraf signifikan lebih besar dari 0,05 ($>0,05$).

2) H_0 ditolak dan H_a diterima apabila taraf signifikan lebih kecil 0,05 ($<0,05$).²⁶

Dibawah ini merupakan perumusan hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1) H_{a1} : $\beta_1 \geq 0$, artinya terdapat pengaruh positif Persepsi Kualitas terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian.

2) H_{a2} : $\beta_2 \geq 0$, artinya terdapat pengaruh positif Pengetahuan Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian.

3. Uji F (Simultan)

Tujuan dilakukannya pengujian hipotesis secara simultan dalam suatu penelitian ditujukan untuk memperoleh informasi apakah variabel bebas bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dibawah ini merupakan rumus yang digunakan untuk mencari F_{hitung} , yaitu:

²⁶ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 68-69.

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

R = Koefisien determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau $H_0: \beta_1, \beta_2, = 0$ artinya adalah Persepsi Kualitas dan Pengetahuan Konsumen secara simultan tidak berpengaruh terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. Hipotesis alternatif (H_a), ada pengaruh Persepsi Kualitas dan Pengetahuan Konsumen terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian.

- a. Penetapan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis berdasarkan F hitung dan F tabel
 - 1) H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $F \text{ hitung} \leq F \text{ tabel}$
 - 2) H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $F \text{ hitung} \geq F \text{ tabel}$
- b. Berdasarkan tingkat signifikansi
 - 1) H_0 diterima dan H_a ditolak apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($>0,05$)
 - 2) H_0 ditolak dan H_a diterima apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$).²⁷

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk menghitung R^2 dapat dilakukan jika nilai koefisien determinasi yang didapatkan antara nol atau satu. Pengujian koefisien determinasi dilakukan dengan tujuan untuk melakukan pengukuran sejauh mana model tersebut menjelaskan variasi variabel terikat. Apabila nilai koefisien determinasi kecil, hal itu dapat diartikan adanya keterbatasan kemampuan yang dimiliki variabel bebas untuk menguraikan variabel terikat. Sedangkan untuk angka satu atau angka yang mendekatinya dapat diartikan bahwa variabel bebas memberikan banyak pengetahuan yang benar untuk menghasilkan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi untuk runtut waktu biasanya memiliki nilai yang tinggi, sedangkan untuk data silang nilai yang sering diberikan adalah rendah.²⁸

²⁷ Duwi Prayitno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 67.

²⁸ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*,