

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan

Penelitian semacam ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif menggunakan desain penelitian deskriptif. Analisis deskriptif adalah tujuan untuk memahami, menguraikan, menggambarkan, atau meringkas berbagai keadaan atau variabel yang muncul di masyarakat.¹ Pendekatan deskriptif akan sangat membantu di sini, karena menggabungkan pengembangan karakter dan plot yang luas, memungkinkan penulis untuk menjadi lebih intim dengan materi Pengaruh *Instagram Ads* dan *Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian pada Hijab Idamanku.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian merupakan area klasifikasi umum yang ditetapkan oleh peneliti untuk objek dan subjek dengan atribut dan karakteristik tertentu yang dianalisis dan tiba berdasarkan temuan.² Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* Instagram Hijab Idamanku sebanyak 9.200 orang. Seberapa besar populasinya, jumlah populasi harus dicicipi untuk menyediakan program studi yang sangat akurat dan efisien.

2. Sampel

Sampel adalah himpunan bagian dari suatu populasi. Sebagai bagian dari populasi, sampel memberikan gambaran yang benar tentang populasi. Pengambilan sampel dari suatu populasi disebut penarikan sampel. Populasi yang ditarik sampelnya pada waktu merencanakan suatu penelitian disebut *target population*, sedangkan populasi yang diteliti

¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif “Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2005), 36.

https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/rBVNDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Burhan+Bungin,+Metodologi+Penelitian+Kuantitatif+%E2%80%9C9CKomunikasi,+Ekonomi,+dan+Kebijakan+Publik+Serta+Ilmu-Ilmu+Sosial+Lainnya&printsec=frontcover

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 80.

pada waktu melakukan penelitian disebut *sampling population*.³

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* karena teknik ini merupakan teknik untuk menentukan sampel berdasarkan pertimbangan atau tujuan nilai guna individu terhadap penelitian. Individu ini dijadikan sampel karena memiliki banyak informasi yang diperlukan untuk kepentingan penelitian.

Untuk mengetahui seberapa banyak sampel yang digunakan dalam penelitian, maka digunakan rumus Wibisono karena total populasi tidak diketahui secara pasti. Berikut adalah rumusnya :

$$n = \frac{(Za/2\sigma)^2}{e} = \frac{(1,96)(0,25)}{0,05} = 96,04$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel dari jumlah populasi yang ingin di dapat

Z = Nilai dari tabel distribusi normal atas tingkat kepercayaan 95%=1,96

e = batas kesalahan = 5%

Batas kesalahan atau *margin of error* dalam penelitian ini adalah 5%, sehingga tingkat akurasi sebesar 95%. Sehingga untuk sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang.

C. Identifikasi Variabel

Variabel adalah atribut seseorang, atau entitas yang ada pada orang tersebut, atau merupakan perbedaan dalam atribut orang tersebut.⁴

Variabel seperti yang digunakan dalam analisis, dapat ditempatkan ke dalam dua kategori: diterapkan dan mendasar.

1. Variabel bebas (independen) adalah katalis dari, atau memberikan pengaruh pada variabel dependen (terikat).
2. Variabel terikat (dependen) tergantung pada atau ditentukan oleh variabel bebas.⁵

³ W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Grasindo, 2002), 78.

⁴ Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), 110.

https://www.google.co.id/books/edition/METODOLOGI_PENELITIAN_SOSIAL/tretDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=.+Ismail+Nurdin+dan+Sri+Hartati,+Metodologi+Penelitian+Sosial,+Surabaya:+Media+Sahabat+Cendekia,+2019&printsec=frontcover

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Instagram Ads* (X1), dan *Endorsement* (X2). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Ini dapat dihitung sesuai dengan kondisi yang memengaruhi variabel ini seperti yang diilustrasikan dalam kuesioner.

D. Variabel Operasional

Definisi operasional variabel adalah karakteristik variabel dapat diekspresikan sebagai deskripsi variabel.⁶

Tabel 3.1
Variabel Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator
<i>Instagram Ads</i> (X1)	<i>Instagram Ads</i> adalah pemasaran produk baik barang atau jasa yang diiklankan melalui sebuah fitur yang tersedia di media sosial <i>Instagram</i> .	1. <i>Awareness</i> 2. <i>Consideration</i> 3. <i>Conversion</i>	a. Mampu mengenalkan dan menyadarkan <i>brand</i> dan produk yang diiklankan. a. Mampu membangun dan mengumpulkan banyak interaksi (<i>comment, like, dan share</i>). b. Mampu mengumpulkam data <i>Audiens</i> dan untuk menghasilkan penjualan. a. Mampu menjual atau menghasilkan konversi.
<i>Endorsement</i> (X2)	<i>Endorsement</i> adalah iklan dengan cara	1. <i>Informing</i>	a. Orang yang sangat kreatif. b. Kreatif

⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 59.

⁶ Saifuddin Azwar, 74.

	<p>mengajak kerjasama atau menggandeng seseorang yang mempunyai karakter unik, daya pikat maupun daya tarik yang dapat memengaruhi <i>followers</i> yang dimilikinya untuk membeli produk yang telah dipromosikan</p>	<p>2. <i>Influencing</i></p> <p>3. <i>Reminding</i></p> <p>4. <i>Pervasiveness</i></p>	<p>menyampaikan detail komoditas</p> <p>c. <i>Konversant</i> di pasar mampu berbicara tentang teknologi baru.</p> <p>a. Mampu membuat orang membeli produk.</p> <p>b. Sangat persuasif, cukup untuk membuat konsumen ingin membeli dan menggunakan barang-barang yang dijual.</p> <p>a. Memudahkan konsumen untuk mengingat merek</p> <p>a. Mampu memantapkan dan meyakinkan penerimaan informasi.</p>
Keputusan Pembelian (Y)	<p>Keputusan Pembelian adalah proses dimana pembeli mengetahui masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek</p>	<p>1. Pengenalan masalah</p> <p>2. Pencarian Informasi</p>	<p>a. <i>Brand/Produk</i> yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan.</p> <p>a. Memberikan pelanggan potensial katalog pembelian pelanggan sebelumnya di masa lalu untuk menumbuhkan keinginan untuk berbelanja.</p>

	<p>tertentu untuk dapat digunakan dalam memecahkan masalah, yang kemudian mengarahkannya kepada keputusan pembelian.</p>	<p>3. Evaluasi Alternatif</p> <p>4. Keputusan Pembelian</p> <p>5. Pasca Pembelian</p>	<p>b. Memberikan memory ketika melihat <i>Celebrity Endorser</i> mempromosikan produk.</p> <p>a. Menemukan manfaat dari produk.</p> <p>b. Mengharapkan kepuasan produk.</p> <p>a. Orang-orang terlibat dalam pembelian barang-barang karena berkualitas tinggi, dan barang tahan lama.</p> <p>b. Membeli produk dapat dianggap aman karena dengan menggandeng beberapa <i>Celebrity Endorser</i>.</p> <p>a. Memutuskan untuk melakukan <i>repeat order</i> karena yakin bahwa dia telah memesan semua barang dagangan yang sesuai dan senang dengan apa yang dia terima.</p> <p>b. Merekomendasikan produk yang dibeli kepada orang lain.</p>
--	--	---	---

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas Variabel *Instagram Ads* (X1)

No	Item	Signifikansi	r tabel	Hasil		Keterangan
				Sig.	r hitung	
1	X1.1	0.05	0,1966	0.000	0.498	Valid
2	X1.2	0.05	0,1966	0.000	0.468	Valid
3	X1.3	0.05	0,1966	0.000	0.304	Valid
4	X1.4	0.05	0,1966	0.000	0.500	Valid

Variabel *Instagram Ads* terdiri dari 4 item pernyataan. Korelasi setiap item pernyataan mempunyai nilai r hitung > r tabel, sehingga berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel *Instagram Ads* dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrument penelitian. Nilai r tabel didapat dari $df=N-2$ dengan pengujian 2 arah pada tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 0,1966.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel *Endorsement* (X2)

No	Item	Signifikansi	r tabel	Hasil		Keterangan
				Sign.	Rhitung	
1	X2.1	0.05	0,1966	0.000	0.465	Valid
2	X2.2	0.05	0,1966	0.000	0.515	Valid
3	X2.3	0.05	0,1966	0.000	0.547	Valid

4	X2.4	0.05	0,1966	0.000	0.551	Valid
5	X2.5	0.05	0,1966	0.000	0.548	Valid
6	X2.6	0.05	0,1966	0.000	0.494	Valid

Variabel *Endorsement* terdiri dari 6 item pernyataan. Korelasi setiap item pernyataan mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel, sehingga berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel *Endorsement* dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrument penelitian. Nilai r tabel didapat dari $df=N-2$ dengan pengujian 2 arah pada tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 0,1966.

Tabel 3.4

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Item	Signifikan si	r tabel	Hasil		Keterangan
				Sig.	r hitung	
1	Y.1	0.05	0,1966	0.000	0.364	Valid
2	Y.2	0.05	0,1966	0.000	0.429	Valid
3	Y.3	0.05	0,1966	0.000	0.398	Valid
4	Y.4	0.05	0,1966	0.000	0.505	Valid
5	Y.5	0.05	0,1966	0.000	0.464	Valid
6	Y.6	0.05	0,1966	0.000	0.514	Valid

			6	0		
7	Y.7	0.05	0,196 6	0.00 0	0.489	Valid
8	Y.8	0.05	0,196 6	0.00 0	0.433	Valid

Variabel Keputusan Pembelian terdiri dari 8 item pernyataan. Korelasi setiap item pernyataan mempunyai nilai r hitung $>$ r tabel, sehingga berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel Keputusan Pembelian dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrument penelitian. Nilai r tabel didapat dari $df=N-2$ dengan pengujian 2 arah pada tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 0,1966.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Indikator Variabel	Nilai r Alpha	Keterangan
1	<i>Instagram Ads</i>	0.628	Reliabel/Diterima
2	<i>Endorsement</i>	0.851	Reliabel/Diterima
3	Keputusan Pembelian	0.819	Reliabel/Diterima

Berdasarkan tabel berikut, diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel *Instagram Ads* (X1), *Endorsement* (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) lebih besar dari 0,6, sehingga dapat disimpulkan data telah reliable yang berarti bahwa kuesioner dapat digunakan dalam penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dilihat dari cara teknik untuk mengumpulkan suatu data, maka teknik yang akan penulis gunakan adalah pengamatan (observasi), angket (kuesioner) dan dokumentasi.

1. Observasi

Observasi investigasi waktu untuk mengenal pelanggan dan mengikuti perilaku mereka.⁷

Observasi yang diterapkan dalam analisis ini adalah mengobservasi Iklan melalui *Instagram Ads* dan *Endorsement* yang dilakukan oleh Hijab Idamanku.

2. Kuesioner (Angket)

Penelitian ini tidak didasarkan pada bukti ilmiah yang keras, tetapi pada kuesioner yang didistribusikan kepada peserta dalam penelitian yaitu *Followers Instagram* Hijab Idamanku.

Pengertian kuesioner mengajukan serangkaian pertanyaan tertentu atau membuat komentar kepada sekelompok kecil responden bertujuan untuk mendapatkan informasi spesifik.⁸

Dalam analisis ini, metode survei digunakan sebagai metodologi penelitian utama. Skala *Likert*. Skala *Likert* tidak memiliki deklarasi atau jawaban universal. Setiap respons terhubung ke jenis pernyataan atau kondisi pengukuran kondisi mental tertentu yang disimpan dalam indikator. Pada titik itu, digunakan sebagai skala untuk menempatkan berbagai instrumen di baris dan kolom secara beresutan.⁹

Skala Penilaian *Likert* untuk Pernyataan positif :

Tabel 3.6
Skala Likert

No	Keterangan	Skor Positif
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4

⁷Zulfikar dan Nyoman Budiantara, *Manajemen Riset dengan Pendekatan Komputasi Statistika*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), 106. [https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Riset_dengan_Pendekatan_Komput/4K3UCQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Zulfikar+dan+Nyoman+Budiantara,+Manajemen++Riset+dengan+Pendekatan+Komputasi+Statistika,\(Yogyakarta:+Deepublish,+2014&pg=PR5&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Riset_dengan_Pendekatan_Komput/4K3UCQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Zulfikar+dan+Nyoman+Budiantara,+Manajemen++Riset+dengan+Pendekatan+Komputasi+Statistika,(Yogyakarta:+Deepublish,+2014&pg=PR5&printsec=frontcover)

⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif dan R & D*, 199.

⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif dan R & D*, 203.

3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu tulisan sejarah masa lalu dan dokumen pribadi keduanya dapat dilihat sebagai bentuk kepemilikan intelektual.¹⁰ Teknik penelitian ekstensif yang digunakan untuk mengumpulkan pengetahuan dan bukti tentang lingkungan dan topik Hijab Idamanku.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen

Pemeriksaan validitas dilakukan untuk melihat apakah survei benar. Hasil survei dikatakan bermakna, apakah pertanyaan survei mampu menunjukkan apa yang harus dievaluasi. Konvaliditas dapat dinilai oleh hubungan antara item dan skor keseluruhan. makna diturunkan dengan kontras nilai r hitung korelasi dengan nilai r tabel, dengan *degree of freedom* (df)= $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk dengan α 0,05.¹¹

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas adalah prosedur yang dirancang untuk menghitung variabel atau *build* Kuesioner disebut valid atau valid jika jawaban atas pernyataan tetap konstan. Teknik Alpha Cronbach digunakan dalam analisis ini alpha Chronbach sangat bagus untuk skor tipe Likert (contohnya 1-4, 1-5).¹²

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan syarat statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Jadi analisis regresi linear tidak

¹⁰Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif dan R & D*, 329.

¹¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, (Semarang: Undip, 2011), 52-53.

¹² Duwi Priyatno, *SPSS 22 : Pengolahan Data Terpraktis*, (Yogyakarta: ANDI, 2014), 97.

berdasarkan OLS tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistik atau regresi ordinal.¹³ Berikut adalah macam-macam Uji Asumsi Klasik :

a. Uji Data Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk mengukur interaksi antara variabel bebas model linear. Ada hubungan yang signifikan antara variabel bebas jika ini berlaku: Ketika ada hubungan yang signifikan antara variabel bebas, interaksi di antara mereka menjadi membingungkan. Alat statistik yang sering digunakan untuk menguji multikolinearitas adalah (VIF), korelasi *pearson* antara variabel-variabel bebas..¹⁴

b. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memverifikasi apakah atau membantah normalitas distribusi data yang diterima dari *Gauss*. Uji normalitas yang akan ditemukan relevan dalam penelitian ini:

1) Metode Grafik Scatterplot

Dimungkinkan untuk menyimpulkan dari diagram scatterplot bahwa hasil tes SPSS tersebar di sebar dan mengikuti garis diagonal bahwa data biasanya didistribusikan.

2) Kolmogorov Smirnov

Konsep dasar dari uji normalitas Kolmogorov Smirnov adalah distribusi hasil, yang akan diperiksa kenormalan ketika data telah diproses untuk melihat seolah-olah biasanya didistribusikan, distribusi reguler diyakini benar.

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah Untuk menyelidiki apakah ada perbedaan variabilitas residual. HeteroPRED dapat dicapai menggunakan plot sebar RPRED mudah menggunakan prediksi PRED (sisa nilai). Berguna untuk yang lebih buruk adalah di mana ada sedikit keteraturan

¹³ Nikolaus Duli, *Metodolodi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 114.

[https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/A6fRDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Nikolaus+Duli,+Metodolodi+Penelitian+Kuantitatif+:+Beberapa+Konsep+Dasar+Untuk+Penulisan+Skripsi+dan+Analisis+Data+dengan+SPSS,++\(Yogyakarta:+Deepublish&pg=PR4&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/A6fRDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Nikolaus+Duli,+Metodolodi+Penelitian+Kuantitatif+:+Beberapa+Konsep+Dasar+Untuk+Penulisan+Skripsi+dan+Analisis+Data+dengan+SPSS,++(Yogyakarta:+Deepublish&pg=PR4&printsec=frontcover)

¹⁴ Nikolaus Duli, *Metodolodi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*, 120.

pada model, seperti berkumpul di tengah, dan di mana lagi ada penurunan. teknik yang dapat digunakan untuk memeriksa korelasi antara variabel yang berbeda dengan uji *Glejser*, uji *Park* atau uji *White*.¹⁵

3. Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini adalah penciptaan regresi linear sederhana yang berisi dua variabel atau lebih (variabel dependen) untuk memperkirakan hasil (respons).¹⁶

b. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t dianggap sebagai tes parsial karena menguji subset kecil dari variabel di mana ada efek yang kuat pada yang lain.¹⁷

c. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Tes hipotesis ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan tentang apa parameter menandakan, yang mengacu pada parameter lain.¹⁸

d. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel penjelas terhadap variabel respon. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X (berapa bagian keragaman dalam variabel Y yang dapat dijelaskan oleh beragamnya nilai-nilai variabel X). Bila nilai koefisien determinasi sama dengan satu, berarti garis regresi yang terbentuk cocok secara sempurna dengan nilai-nilai observasi yang diperoleh. Dalam hal nilai koefisien determinasi sama dengan satu berarti

¹⁵Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*, 122.

¹⁶ Leonard J. Kazmier, *Statistik untuk Bisnis*, (Jakarta: Erlangga, 2005),118.

¹⁷Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 141.
https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pene/W2vXDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Slamet+Riyanto+dan+Aglis+Andhita+Hatmawan,+Metode+Riset+Penelitian+Kuantitatif+Penelitian+di+Bidang+Manajemen,+Teknik,+Pendidikan+dan+Eksperimen,+Yogyakarta:+Deepublish,+2020&pg=PR4&printsec=frontcover

¹⁸ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, 142.

ragam naik turunnya Y seluruhnya disebabkan oleh X. Dengan demikian, bila nilai X diketahui, nilai Y dapat diramalkan secara sempurna.¹⁹



¹⁹ Dergibson Siagian Sugiarto, *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), 259. [https://www.google.co.id/books/edition/Metode_statistika_untuk_bisnis_dan_ekonomi/saZE D8D4mpsC?hl=id&gbpv=1&dq=Dergibson+Siagian+Sugiarto,+Metode+Statistika+untuk+Bisnis+dan+Ekonomi,+\(Jakarta:+Gramedia+Pustaka+Utama&pg=PP5&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Metode_statistika_untuk_bisnis_dan_ekonomi/saZE D8D4mpsC?hl=id&gbpv=1&dq=Dergibson+Siagian+Sugiarto,+Metode+Statistika+untuk+Bisnis+dan+Ekonomi,+(Jakarta:+Gramedia+Pustaka+Utama&pg=PP5&printsec=frontcover)