BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang diarahkan untuk pencapaian tujuan memperoleh penjelasan yang luas, tentang fenomena yang ditetapkan sebagai objek peneitian.[1] Dan menggunakan jenis metode penelitian survey. Metode survey bertujuan untuk melihat keadaan yang menjadi objek penelitian apa adanya, dengan melihat data dan informasi yang ada dari sampel, tanpa memberikan perlakuan (*treatment*) khusus.[2]

B. Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah manajemen khususnya manajemen ritel yang difokuskan pada analisis pengaruh bauran eceran (*retailing mi*x) terhadap keputusan pembelian. Lokasi penelitian berada di minimarket OMI King Mart di Candi Sidoarjo, yang beralamat di JL Raya Sepande, Ruko King Safira 2 blok B 2 No. 5, Sidoarjo.

---

[1] Rully Indrawan, & R. Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, hal. 29

[2] Rully Indrawan, & R. Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*,, hal. 53

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Populasi, Sampel dan Teknik *Sampling*

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[3]

Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli/konsumen yang pernah melakukan pembelian di minimarket OMI King Mart di Candi Sidoarjo, yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga.

Populasi tak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif. Oleh karenanya luas populasi bersifat tak terhingga dan hanya dapat dijelaskan secara kualitatif.[4]

Sampel adalah sebagian untuk diambil dari keseluruhan obyek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi.[5] Pada penelitian ini, Pelanggan yang menjadi sampel responden adalah konsumen yang sedang membeli di minimarket OMI King Mart di Candi Sidoarjo dengan menggunakan pengambilan sampel nonprobability atau juga disebut juga nonpeluang, adalah pengambilan sampel dengan sengaja (purposive) dan bersifat subjektif.[6]

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability* yakni Teknik *sampling insidental*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu

---

[3] Sugiyono, 1998, *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung, hal. 57
[4] Burhan Bungin, 2009, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, hal. 99
[5] Soekidjo Notoatmodjo, 2003, *Metodologi Penelitian Kesehatan*, Rineka Cipta, Jakarta, hal. 79
[6] Rully Indrawan, & R. Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, hal. 105

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.[7]

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidah diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lameshow[8] yaitu:

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95 % = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10 %

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z^2_{1-\alpha/2}P(1-P)}{d^2}$$

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

$$n = \frac{3{,}8416 \,.\, 0{,}25}{0.01}$$

$$n = 96{,}04 = 100$$

[7] Sugiono, 2012, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, hal. 56
[8] Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga, 1997, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, Gajah Mada Uneversity Press, Yokyakarta, hal. 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 100 orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 100 orang.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Identifikasi variabel maupun definisi operasional variabel dalam penelitian ini, ***Retailing mix*** sebagai variable independen, indikator 5 variable *retailing mix*[9]*:*

a. **Produk (*Merchandise*)** sebagai variabel independen, indikator untuk *merchandise* meliputi:
    1) Produk berkualitas (dalam kondisi baik)
    2) Kelengkapan produk yang dijual
    3) Keberagaman merek produk yang dijual
    4) Menyeimbangkan jenis dan macam produk dengan pasar sasaran
b. **Harga (*Pricing*)** sebagai variabel independen, indikator untuk *pricing* meliputi:
    1) Harga barang yang terjangkau
    2) Harga barang sesuai dengan kualitas
    3) Pemberian potongan harga menarik minat belanja

[9] Christina Whidya Utami, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia*, hal. 86

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. **Promosi (*Promotion*)** sebagai variabel independen, indikator untuk *promotion* meliputi:

1) Media iklan yang digunakan toko
2) Presentasi lisan wiraniaga kepada calon pembeli
3) Promosi penjualan

d. **Pelayanan (*Customer service*)** sebagai variabel independen, indikator untuk *customer service* meliputi:

1) Waktu pelayanan toko (jam operasional toko)
2) Penanganan terhadap keluhan dari konsumen
3) Pengiriman barang
4) Penyediaan fasilitas parkir

e. **Fasilitas Fisik (*Physical facilities*)** sebagai variabel independen, indikator untuk *Physical facilities* meliputi:

1) Lokasi toko strategis / mudah dijangkau oleh kendaraan
2) Penataan toko tertata dengan baik dan rapi
3) Desain eksterior dan interior toko yang menarik

Keputusan pembelian adalah variabel dependen, ada 5 indikator keputusan pembelian[10]:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Penilaian alternatif

[10] Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, hal. 196

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Keputusan membeli
5. Perilaku pasca membeli

Tabel 3.1

Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Sub-Variabel	Indikator-Indikator
1.	Bauran Eceran (*Retailing Mix*)	a. Produk	1) Produk berkualitas (dalam kondisi baik)
			2) Kelengkapan produk yang dijual
			3) Keberagaman merek produk yang dijual
			4) Kelengkapan, kualitas dan harga produk terjaga (konsisten)
			5) Menyeimbangkan jenis dan macam produk dengan pasar sasaran
		b. Harga	1) Harga barang yang terjangkau
			2) Harga barang sesuai dengan kualitas
			3) Pemberian potongan harga menarik minat belanja
		c. Promosi	1) Media iklan yang digunakan toko
			2) Presentasi lisan wiraniaga kepada calon pembeli
			3) Promosi Penjualan
		d. Pelayanan	1) Waktu pelayanan toko (jam operasional toko)
			2) Penanganan terhadap keluhan dari konsumen
			3) Pengiriman barang
			4) Penyediaan fasilitas parkir
		e. Fasilitas Fisik	1) Lokasi toko strategis / mudah dijangkau oleh kendaraan
			2) Penataan toko tertata dengan baik dan rapi
			3) Desain ekssterior dan interior toko yang menarik
2.	Keputusan Pembelian	Proses Keputusan Pembelian	1) Pengenalan masalah
			2) Pencarian informasi
			3) Penilaian alternative
			4) Keputusan membeli
			5) Perilaku pasca membeli

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Tahap-Tahap Penelitian

Untuk melakukan sebuah penelitian kuantitatif, perlu mengetahui tahap-tahap yang akan dilalui dalam proses penelitian ini. Penelitian ini dilakukan secara bertahap. Adapun tahap pelaksanaan penelitian sebagai berikut:

a. Tahap Perencanaan

   Tahap perencanaan meliputi penyusunan dan pengajuan proposal, mengajukan ijin penelitian, serta penyusunan instrumen dan perangkat penelitian. Tahap ini dilaksanakan pada bulan Maret 2015.

b. Tahap Pelaksanaan

   Pada tahap ini peneliti akan melaksanakan penelitian pada bulan April – Juni 2015.

c. Tahap Penyelesaian

   Pada tahap ini terdiri dari proses analisis data dan penyusunan laporan penelitian yang dimulai bulan Juni 2015.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.[11]

Populasi dari penelitian ini merupakan seluruh konsumen yang berbelanja di mini market OMI King Mart. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *accident sampling*. Yakni berdasarkan kejadian pada saat peneliti menyebarkan kuesioner.

b. Observasi

Dalam menggunakan observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blangko pengamatan sebagai instrumen pertimbangan kemudian format yang disusun berisi item-item tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan. Dari peneliti berpengalaman diperoleh suatu petunjuk bahwa mencatat data observasi bukanlah sekedar mencatat, tetapi juga mengadakan pertimbangan kemudian mengadakan penilaian kepada skala bertingkat. Misalanya memperhatikan reaksi penonton televisi, bukan hanya mencatat rekasi tersebut, tetapi juga menilai reaksi tersebut apakah sangat kurang, atau tidak sesuai dengan apa yang dikehendaki.[12]

---

[11] Iskandar, 2008, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitaif dan Kualitatif)*, Gaung Persada Group, Jakarta, hal. 77

[12] Suharsimi Arikunto, 2006, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, PT Rineka Cipta, Jakarta, hal. 229

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Observasi digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/ kecil.

c. Dokumentasi

Dokumentasi di dapat dari data-data sekunder, yang mana data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya.[13]

G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian

Instrumen adalah alat pengukur yang merupakan faktor penting dalam meghimpun data yang diharapkan.[14]

[13] Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, hal 231
[14] Rully Indrawan, & R. Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, hal. 122

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Uji Validitas

Validitas yaitu tingkat dimana sebuah pengujian mengukur apa yang benar-benar ingin diukur. Validitas menguji instrumen yang dipilih, apakah memiliki tingkat ketepatan untuk mengukur apa yang semestinya diukur, atau tidak.[15] Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 16. Rumus yang digunakan untuk menghitung tingkat validitas adalah *Pearson Correlation Product Moment*, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N(\Sigma xy) - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{(N.\Sigma x^2 - [\Sigma x]^2)(N.\Sigma y^2 - [\Sigma y]^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy} = r hitung

R = koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

N = jumlah sampel

Σx^2 = kuadrat faktor variabel X

Σy^2 = kuadrat faktor variabel Y

Σxy = jumlah perkalian faktor korelasi variabel X dan Y

Jika *r* hitung > atau = *r* tabel maka butir dikatakan valid. Jika *r* hitung < *r* tabel maka butir dikatakan tidak valid.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket dengan menggunakan skala likert dan data berupa data ordinal. Skala likert

[15] Rully Indrawan dan Poppy Yaniawati, *Matode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan,* hal. 123

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

adalah skala yang khusus dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu objek sikap atau perlakuan.[16]

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas pada dasarnya mengukur kehandalan instrumen. Sebuah pengukuran dikatakan handal jika pengukuran tersebut memberikan hasil yang konsisten.[17]

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus Koefisien Alfa (*Cronbach's Alpha*) yang digunakan dalam konsistensi internal.[18]

Rumus dari *Cronbach's Alpha* adalah:

$$CA = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum {\sigma_b}^2}{{\sigma_1}^2}\right]$$

Keterangan :

α = reliabilit as (koefisien Alfa)

k = banyaknya butir item/soal

s_t^2 = varians total

$\Sigma\ s_t^2$ = jumlah varian butir

[16] Rully Indrawan dan Poppy Yaniawati, *Matode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, hal. 117
[17] Rully Indrawan, & R. Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, hal. 125
[18] Rully Indrawan, & R. Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, hal. 126

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jika nilai Alfa > atau = *r* tabel maka instrumen penelitian dikatakan reliabel. Jika nilai Alfa < *r* tabel maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

H. Teknik Analisa Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Analisis data merupakan bagian yang amat penting dalam metode ilmiah karena dengan analisis suatu data dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Dalam penelitian ini analisa data menggunakan analisis asosiatif yakni regresi linier berganda.

1. **Uji Asumsi Klasik:**

   a. **Uji Normalitas**

   Pengujian asumsi normalitas untuk menguji data variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal.

   b. **Uji Multikolinearitas**

   Uji asumsi klasik multikolinieritas ini digunakan untuk mengukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan/pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r).

   c. **Uji Heteroskedastisitas**

   Dalam persamaan regresi berganda perlu diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

observasi lainnya. Jika residual mempunyai varians yang sama, disebut homoskedastisitas. dan jika varoansnya tidak sama disebut terjadi heteoskedastisitas. Persamaan regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. *Regresi Linier Berganda*

Berdasarkan tujuan penelitian, analisis data dilakukan dengan menggunkan analisis linier berganda. Dalam penelitian ini variabel bebas (X) yaitu enam variabel *retailing mix*, produk (X1), harga (X2), lokasi (X3), personalia (X4), promosi (X5), dan presentasi (X6). Sedangkan variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Dengan demikian, rumus persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e}$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian Konsumen

a = Konstanta dari keputusan regresi

b_1 = Koefisien regresi variabel X1 (produk)

b_2 = Koefisien regresi variabel X2 (harga)

b_3 = Koefisien regresi variabel X3 (promosi)

b_4 = Koefisien regresi variabel X4 (pelayanan)

b_5 = Koefisien regresi variabel X5 (fasilitas fisik)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

X_1 = Produk

X_2 = Harga

X_3 = Promosi

X_4 = Pelayanan

X_5 = Fasilitas fisik

e = error/variabel pengganggu

3. *Koefisien Korelasi (R)*

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kuatnya hubungan variabel *independent* secara bersama-sama terhadap variabel *dependent*. Semakin besar nilai R, maka semakin kuat hubungan variabel *independent* secara bersama-sama terhadap veriabel *dependent*. Berikut rumus untung penghitungan koefisien korelasi:

$$\mathbf{R} = \frac{b_1 \Sigma x_1 y + b_2 \Sigma x_2 y + b_3 \Sigma x_3 y}{\Sigma y 2}$$

4. *Koefisien Determinasi (R^2)*

Pengujian koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas menjelaskan variabel terikat dapat ditunjukkan dalam SPSS , koefesien determinasi terletak pada *Model Summary* dan tertulis *R Square*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. *Uji F (Simultan)*

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji F dan uji t. Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat siginifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.[19]

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

Dimana:

k = Jumlah variabel *independent*

n = Jumlah anggota sampel

R^2 = Koefisien korelasi ganda

Pembuktian ini dilakukan dengan mengamati *Fhitung* pada alpha (α) 5%:

a. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka *H0* dotolak dan *H1* diterima

b. Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka *H0* diterima dan *H1* ditolak

[19] Imam Ghozali, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, hal. 84

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. ***Uji t (Parsial)***

Uij t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.[20]

$$T_{hitung} = \frac{b_i}{S_{bi}}$$

Dimana:

b_i = Koefisien regresi

S_{bi} = *Standart Error*

Dengan menggunakan tingkat keyakinan alpha (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan (n-2). Kemudian dibandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel}, maka:

a. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka *H0* ditilak dan *H1* diterima

b. Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka *H0* diterima dan *H1* ditolak

[20] Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, hal. 84

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id