



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PREFERENSI MAHASISWA IMM (IKATAN
MAHASISWA MUHAMMADIYAH) UIN SUNAN
AMPEL SURABAYA TERHADAP MEDIA DAKWAH**

Skripsi

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

Nail Syarif

NIM B05219031

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Tahun 2023

PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nail Syarif

NIM : B05219031

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul Preferensi Mahasiswa Imm (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah) UIN Sunan Ampel Surabaya Terhadap Media Dakwah adalah benar merupakan karya saya sendiri dan belum pernah digunakan sebelumnya.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya diatas tidak benar dan ditemukan sebagai hasil dari plagiasi, saya bersedia menerima konsekuensi yang akan diberikan sesuai dengan hukum.

Surabaya, Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Nail Syarif

(B05219031)

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Nail Syarif

NIM : B05219031

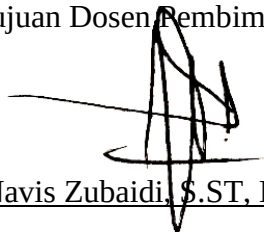
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Preferensi Mahasiswa Imm (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah) UIN Sunan Ampel Surabaya Terhadap Media Dakwah

Skripsi ini telah diperiksa dan diestujui untuk diujikan

Surabaya, Januari 2023

Persetujuan Dosen Pembimbing



Advan Navis Zubaidi, S.ST, M.Si

NIP: 198311182009011006

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

PREFERENSI MAHASISWA IMM (IKATAN MAHASISWA
MUHAMMADIYAH) UIN SUNAN AMPEL SURABAYA TERHADAP
MEDIA DAKWAH

SKRIPSI

Disusun Oleh:
Nail Syarif (B05219031)

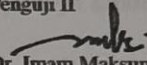
Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu Pada
tanggal 17 Februari 2023

Penguji I


Advan Navis Zubaidi, S.ST.
NIP. 198311182009011006

Tim Penguji

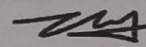
Penguji II


Dr. Imam Maksum S.Ag., M.Ag
NIP. 197306202006041001

Penguji III


Dr. Nikmah Hadjati Salisah, S.Ip., M.S.i
NIP. 197301141999032004

Penguji IV


Muchlis, S.Sos.I., M.Si
NIP. 197911242009121001



Surabaya, 17 Maret 2023

Dekan,


Dr. Abdul Chodid Arif, S.Ag., M.Fil.I.
NIP. 1967110117199803100

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nail Syarif
NIM : B05219031
Fakultas/Jurusan : Dakwah & Komunikasi / Ilmu Komunikasi
E-mail address : naielsyarief@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Prefensi Mahasiswa IMM (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah) UIN Sunan Ampel Surabaya

Terhadap Media Dakwah

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 31 Januari 2024

Penulis



(Nail Syarif)

ABSTRAK

Nail Syarif, NIM B05219031, 2023. *Preferensi Mahasiswa IMM (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah) Terhadap Media Dakwah.*

Kata Kunci : Preferensi, Media Dakwah, Mahasiswa IMM

Pada era sekarang teknologi sudah canggih yang mana mempermudah seseorang dalam melakukan dan melaksanakan kegiatan sehari-hari. Begitu pula dengan kecanggihan media sosial yang mana dapat membantu seseorang dalam melakukan aktifitas serta kegunaannya yang sesuai dengan kebutuhan. Penelitian ini membahas mengenai Preferensi Mahasiswa IMM Terhadap Media Dakwah. Dalam penelitian ini objek yang diteliti adalah Mahasiswa IMM UIN Sunan Ampel Surabaya dengan jumlah 115 orang responden. Lalu media dakwah yang dimaksud adalah media sosial yang menjadi sarana sebagai media dakwah yang digunakan Baik kebutuhan ataupun fungsi dari kegunaannya.

Dalam penelitian ini terdapat rumusan masalah yaitu Bagaimana Preferensi Mahasiswa IMM (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah) UIN Sunan Ampel Surabaya terhadap media dakwah serta tujuan dari penelitian ini yaitu Untuk Mengetahui dan menjelaskan Mengenai Preferensi Mahasiswa IMM (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah) Terhadap media dakwah.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif jenis deskriptif serta menggunakan metodologi survey melalui kuesioner dalam pengumpulan datanya. Hasil yang diperoleh peneliti dari penelitian ini adalah mengenai kategori preferensi mahasiswa IMM terkait media dakwah yang informatif sebanyak 60 orang dari keseluruhan responden dengan presentase 52,2% yang memilih Instagram sebagai pilihan media dakwah yang informatif. Kemudian untuk kategori media dakwah yang aktual dalam menyampaikan pesan sebanyak 33

responden yang memilih Twitter dengan presentase 28,7%. Lalu pada kategori media dakwah yang mengedukasi sebanyak 51 orang responden dari keseluruhan memilih Youtube sebagai media dakwah pilihannya dengan presentase sebesar 44,3%. Dan pada kategori media dakwah sebagai media yang menghibur ditemukan sebanyak 33 orang dari keseluruhan responden memilih Tiktok sebagai pilihan medianya dengan presentase sebesar 28,7%.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

Keywords : Preference, Media Da'wa, IMM College Student

In the current era, technology is sophisticated which makes it easier for someone to carry out and carry out daily activities. Likewise with the sophistication of social media which can help someone in carrying out activities and uses according to needs. This study discusses IMM Student Preferences for Da'wah Media. In this study, the objects studied were IMM students at UIN Sunan Ampel Surabaya with a total of 115 respondents. Then the da'wah media in question is social media which is a means as a da'wah media that is used both for the needs and functions of its use.

In this study, there is a formulation of the problem, namely How IMM Student Preferences (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah) UIN Sunan Ampel Surabaya for da'wah media and the purpose of this research is to know and explain about IMM Student Preferences for Da'wah media.

This study uses descriptive quantitative research methods and uses survey methodologies through questionnaires in collecting data. The results obtained by the researchers from this study were regarding the preference category of IMM students regarding informative da'wah media as many as 60 of the total respondents with a percentage of 52.2% who chose Instagram as the choice of informative da'wah media. Then for the actual da'wah media category in delivering messages as many as 33 respondents chose Twitter with a percentage of 28.7%. Then in the category of educating da'wah media, 51 respondents out of all chose Youtube as their preferred da'wah media with a percentage of 44.3%. And in the da'wah media category as an entertaining medium, it was found that as many as 33 people out of all respondents chose Tiktok as their media choice with a percentage of 28.7%.

نبذة مختصرة

Nail Syarif, NIM B05219031, 2023. *تفضيل جمعية طلاب المحمدية*.
لوسائل الإعلام الدعوية IMM

IMM الكلمات المفتاحية: التفضيلات ، إعلام الدعوة ، طلاب

في العصر الحالي ، تعد التكنولوجيا متطورة مما يسهل على شخص ما القيام بالأنشطة اليومية والقيام بها. وبالمثل مع تطور وسائل التواصل الاجتماعي التي يمكن أن تساعد شخصاً ما في تنفيذ الأنشطة والاستخدامات وفقاً للاحتياجات. تناقش هذه لوسائل الإعلام الدعوية. في هذه الدراسة ، كانت IMM الدراسة تفضيلات الطلاب UIN Sunan Ampel Surabaya في IMM الكائنات المدروسة هي طلاب بإجمالي 115 مشاركاً. إذن ، فإن إعلام الدعوة هو وسائل التواصل الاجتماعي ، وهي وسيلة كوسيلة للدعوة تستخدم لحاجات ووظائف استخدامها.

في هذه الدراسة ، هناك صياغة للمشكلة ، وهي كيف تفضيلات طلاب لوسائل الإعلام UIN Sunan Ampel Surabaya (جمعية طلاب المحمدية) IMM الدعوية والغرض من هذا البحث هو معرفة وشرح تفضيلات الطلاب (جمعية طلاب المحمدية) (لوسائل الإعلام الدعوية).

تستخدم هذه الدراسة طرق البحث الكمي الوصفي وتستخدم منهجيات المسح من خلال الاستبيانات في جمع البيانات. كانت النتائج التي حصل عليها الباحثون من هذه فيما يتعلق بوسائل الدعوة التثقيفية لما IMM الدراسة تتعلق بفئة تفضيل طلاب Instagram يصل إلى 60 من إجمالي المستجيبين بنسبة 52.2٪ الذين اختاروا كخيار لوسائل الدعوة الإعلامية. ثم بالنسبة لفئة إعلام الدعوة الفعلية في توصيل الرسائل اختار 33 مستجيباً تويتر بنسبة 28.7٪. ثم في فئة تثقيف الإعلام الدعوي ، اختار 51 مستطلع موقع يوتيوب كوسيلة دعوية مفضلة لديهم بنسبة 44.3٪. وفي فئة وسائل الإعلام الدعوية كوسيلة ترفيهية ، وجد أن ما يصل إلى 33 شخصاً من جميع المستجيبين اختاروا توك كخيار إعلامي بنسبة 28.7٪.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Operasional	6
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	14
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	14
B. Kajian Pustaka.....	16
1. Preferensi.....	16
2. Preferensi Media.....	17
3. Media Sosial	20

4. Media Dakwah	32
5. Pengertian dan tujuan Dakwah.....	37
6. Mahasiswa IMM (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah) 40	
BAB III METODE PENELITIAN	50
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	50
B. Objek Penelitian dan Lokasi Penelitian	51
C. Populasi, Sampel dan teknik Sampling.....	51
D. Tahapan Penelitian.....	53
E. Teknik pengumpulan data.....	55
F. Teknik Validitas Instrumen Penelitian.....	56
G. Teknik Analisis Data	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	62
B. Deskripsi Objek.....	63
C. Penyajian Data dan Hasil Pembahasan	65
1. Media dakwah yang Informatif (<i>Informative</i>).....	65
2. Media Dakwah Yang Aktual Dalam Menyampaikan Pesan (<i>Actual</i>).....	71
3. Media Dakwah Yang Mengedukasi (<i>Educative</i>).....	74
4. Media Dakwah Sebagai Penghibur (<i>Entertain</i>).....	78
D. Pembahasan Perspektif Teoritis dan Perspektif Keislaman	82
1. Perspektif Teoritis	83
2. Perspektif Islam.....	88

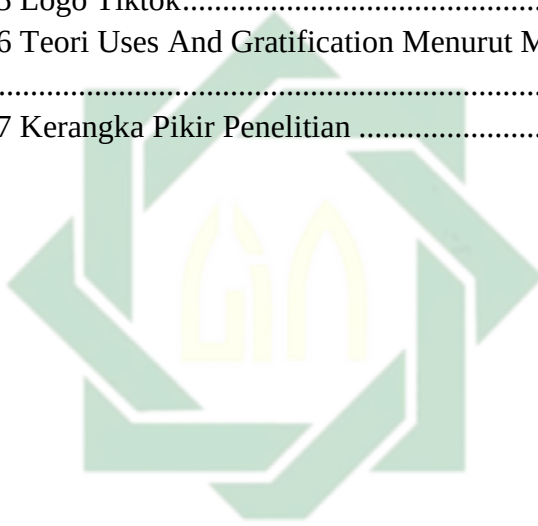
BAB V PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran dan Rekomendasi	92
C. Keterbatasan Penelitian.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	99



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Youtube.....	26
Gambar 2.2 Logo Instagram	29
Gambar 2.3 Logo Twitter.....	30
Gambar 2.4 Logo Facebook.....	31
Gambar 2.5 Logo Tiktok.....	32
Gambar 2.6 Teori Uses And Gratification Menurut Model Katz.	46
Gambar 2.7 Kerangka Pikir Penelitian	48



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa IMM UIN Sunan Ampel Surabaya ...	53
Tabel 3.2 Instrumen Pengumpulan data	56
Tabel 3.3 Uji Validitas	59
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4.1 Deskripsi objek berdasarkan Jenis kelamin.....	64
Tabel 4.2 Deskripsi objek berdasarkan tahun angkatan	64
Tabel 4.3 Jawaban Responden terhadap media dakwah yang informatif	65
Tabel 4.4 Jawaban responden mengenai pernyataan yang pertama .	66
Tabel 4.5 Jawaban responden mengenai Pernyataan yang kedua	67
Tabel 4.6 Jawaban responden mengenai pernyataan yang ketiga	68
Tabel 4.7 Jawaban responden mengenai pernyataan keempat	69
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai pernyataan yang kelima .	69
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Pernyataan yang keenam	70
Tabel 4.10 jawaban Responden terhadap Media Dakwah Yang Aktual dalam menyampaikan Pesan.....	71
Tabel 4.11 Jawaban responden mengenai pernyataan pertama	72
Tabel 4.12 Jawaban responden mengenai pernyataan kedua	72
Tabel 4.13 Jawaban responden mengenai pernyataan ketiga	73
Tabel 4.14 Jawaban responden mengenai Media Dakwah yang mendedukasi.....	74
Tabel 4.15 Jawaban Responden mengenai pernyataan yang pertama	75
Tabel 4.16 Jawaban Responden mengenai pernyataan kedua	76
Tabel 4.17 Jawaban Responden mengenai pernyataan ketiga.....	76
Tabel 4.18 Jawaban Responden mengenai pernyataan keempat	77
Tabel 4.19 Jawaban Responden mengenai pernyataan yang kelima	77
Tabel 4.20 Jawaban Rresponden mengenai pilihan media dakwah sebagai media penghibur	78
Tabel 4.21 Jawaban Responden mengenai pernyataan pertama.....	79
Tabel 4.22 Jawaban Responden mengenai pernyataan yang kedua.	80

Tabel 4.23 Jawaban Responden mengenai pernyataan yang ketiga.80

Tabel 4.24 Jawaban Responden mengenai Pernyataan yang keempat
.....81

Tabel 4.25 Jawaban Responden mengenai pernyataan yang terakhir
.....82



DAFTAR PUSTAKA

- Farida Nur, Mada Wijaya “Youtube Sebagai Media Dakwah pada Masa Pandemi Covid 19” Journal Komunikasi dan Penyiaran, STIBA Ar Raayah, Indoesia.
- Kushardiyanti, Zaenal Muttaqien, Aulia Sholichah “Trend Konten Dakwah Digital oleh *Content Creators* Millenial melalui Media Sosial pada Era Pandemi” Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 12, No.1, 2021. ISSN : 2085-7537
- Salman Al Farisi, “Preferensi Masyarakat terhadap Pembelian Produk Makanan Berlabel Halal di Dusun Mlagi Yogyakarta” Jurnal Manajemen dan Bisnis Syariah, Vol. 1, No. 2 Oktober 2020. ISSN : 2716-359X
- Imam Pribadi, “Peranan Mahasiswa IMM Dalam Membentuk Perilaku Beragama Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Muhammadiyah” Journal of Midwifery, Vol. 5, no. 7, September 2016
- Mustofa hilmi, “*Youtube as Media Dakwah In Era Disruption*” Jurnal Dakwah dan Sosial, Vol. 4, No. 1, Januari 2021.
- Nurhadityo, Prayitno Yudanto, “Pengaruh Terpaan Media Online Berita Begal Sepeda Terhadap Tingkat Kecemasan Di Polygon Helios Riders” Jurnal Akademi Komunikasi Media Radio dan Televisi Jakarta, ISSN : 2776-2556
- Setya Nurrohman, “Strategi Dakwah Digital Dalam Meningkatkan Viewers Di Channel youtube Jeda Nulis” Jurnal Studi Islam dan Masyarakat, IAIN Ponorogo. Vol. 1, No.1 2022.
- Arif Ramdhan, Fazri Anzhar, Fairuz, “Strategi Pemanfaatan Youtube Dalam Bidang Dakwah

- Oleh Ulama Aceh” *Journal Communication*, Vol. 11, No. 1, April 2020, ISSN : 2086-5708
- Agus Eko Darmadi, Hari Santoso, Darmadi, “Preferensi Konsumen Dalam Memilih Smartphone Berdasarkan Sistem Operasinya” *Jurnal Administrasi Bisnis IKRAITH-EKONOMIKA*, Vol. 3, No. 2, November 2021
- Reni, Sekar Puspitarini, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif Pada *Happy Go Lucky House*), *Jurnal Common*, Vol. 3, No. 1, Juni 2019.
- Muhammad Ghofur, “Preferensi Sumber Belajar Online Mahasiswa Pendidikan Ekonomi” Vol. 6, No. 1, ISSN : 2303-324X
- Anuar, Nuzila Fitri, Zulkarnain, “Pengaruh Kredibilitas Pendakwah Dan Terpaan Media Sosial Dakwah Terhadap Tingkat Religiusitas Remaja” *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Riau*, Vol.8, No. 2, Desember 2020, ISSN : 2303-0194
- Vonny Aprianty, “Dakwah Toleransi Gita Safitri Feat Habib Husein Ja’far Al-Hadar di Dunia Virtual (Analisis Youtube Gita Safitri Devi dan Jeda Nulis)”, *AL-ANWAR Jurnal Kajian Islam dan Masyarakat*, Vol. 5, No. 1, 2022
- Masklahah, Ida Sutopo, “Pengaruh Kemasan Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek Serta Preferensi Merek Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian” *E-JOURNAL OF MANAGEMENT*, Vol. 6, No. 4, 2017, ISSN : 2337-3792
- Wahyudin, Ismayanti, “Preferensi Serta Pengalaman Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Pembelajaran Online Pada Masa Pandemi”

- Jurnal Pendidikan STAI Majene, Vol.22, no. 2, 2021, ISSN : 1411-1942
- Muhammad Alkhadri, “Preferensi Masyarakat Terhadap Minat Pada Asuransi Syari’ah di Kelurahan Bulakan Balai Kandi Kecamatan Payakumbuh Barat Menurut Ekonomi Islam” UIN SUSKA RIAU, 2019.
- Ferdiana Suci “Persepsi Mahasiswa Tentang Penggunaan Media Daring Pada Program Studi Ilmu Gizi Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Surabaya Selama Masa Pandemi COVID-19” Indonesian Journal of Science Learning, Studi Ilmu Gizi STIKES, 2020 ISSN: 0000-000
- Kusumawardhani, Dwi Laksono, Lely Indrawati, Rachmalina, Astridya Paramitha. Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan (Yogyakarta: PT. Kanisius Media, 2015)
- Budiastuti, Agustinus Bandur, Validitas dan Reliabilitas Penelitian (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018)
- Zaini Ahmad, “Dakwah Melalui Internet” AT-TABSYIR Jurnal komunikasi Penyiaran dan Dakwah STAIN Kudus, Vol. 1, No. 1, Juni 2017.
- Dyas Nurfitri, “Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan” Buletin Psikologi, Vol. 25, No. 1, 2018, ISSN: 0854-7160.
- Ratna Wijayanti, Sulistyan Bachtiar, Rizal Noviansyah. Metode Penelitian Kuantitatif (Lumajang: Widyagama Press, 2021)
- Firosyurahman, Arianto, “Pembinaan Mental Di Lembaga Masyarakat : Tinjauan Strategi

- Komunikasi Dakwah” *Journal Of Islamic Communication*, Vol. 2, No. 5, 2019
- Fitri Ritonga, “Peranan Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Dalam Menumbuhkan Karakter Kepedulian Sosial Mahasiswa Melalui Bakti Sosial” Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara, 2020
- Nika Sari, Baehaqi Arif, “Membangun Pimpinan Profetik Kader Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah” *Jurnal Ilmiah CIVIS*, Vol. 9, No. 1, 2020
- Ulfa Zahra, Asep Shodiqin, Sarbini, “Media Sosial Instagram Sebagai Media Dakwah” *TABLIGH : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Bandung*, Vol. 1, No. 2, 2016.
- Bellaniar Ismiati, Andayani, “Perbandingan Pengalaman-Preferensi Mahasiswa Pada Media Pembelajaran Online vs *Face to Face*”. *Jurnal Buana Informatika*, Vol. 12, No. 1, April 2021.
- Ramanda Gustam, “Karakteristik Media Sosial Dalam Membentuk Budaya Populer Korean Pop di Kalangan Komunitas Samarinda dan Balikpapan”, *E-Journal Komunikasi*, Vol. 2, No. 3, 2018, ISSN: 0000-0000.
- Aminuddin, *Media Dakwah*, (Al-Munzir, 2016)
- Frank Wilkins, Batumalai Pragathesh, Karamul Azmi, “Media Sosial dan Dampak Positif Menurut Islam”, *Akademi Tamadun Islam*, Malaysia. 2018.
- Nurmawati, Budiarti Melianny, Wilga Ratsja, “Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja”, *Prosiding KS: Riset & PKM*, Vol. 3, No. 1, 2022, ISSN : 2442- 4480

Puspitasari, Abdullah, “*Television Media In The Internet Era*”, (ProTVF: Universitas Padjajaran, Vol.3, No.1, 2018)

Imam Hafidz, M. Syafei, Afrinaldi, Metode Penelitian Survei. April 2021

Riza Bachtiar, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”
Effendi, “*Penelitian Kuantitatif*” 2017.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A