

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, peneliti menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono, metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang didasari oleh filosofi positivisme, dipakai untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data melalui instrumen penelitian, serta analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik guna menguji hipotesis yang telah dinyatakan dengan cara yang terukur dan dapat dipertanggungjawabkan.<sup>46</sup>

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh statistik antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen pada Sate Daging Sapi Pak Djamil Kota Mojokerto.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Warung Sate Pak Djamil Kota Mojokerto yang beralamat di Jl. Veteran Depan Alun-Alun, Mergelo, Magersari, Kec. Magersari, Kota Mojokerto, Jawa Timur.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik, jumlah, dan kualitas

---

<sup>46</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013).  
8.

yang ditetapkan untuk dianalisis, sehingga dapat diambil suatu kesimpulan.<sup>47</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen dari Sate Daging Sapi Pak Djamil yang berlokasi di Kota Mojokerto yang melakukan pembelian atau mengonsumsi produk selama periode pengumpulan data penelitian, yaitu pada bulan April 2026. Penelitian ini mengambil jumlah populasi dari konsumen Sate Daging Sapi Pak Djamil Kota Mojokerto dengan jumlah tak terhingga.

## 2. Sampel

Sampel diartikan sebagai sebagian dari objek atau subjek yang berasal dari populasi penelitian.<sup>48</sup> Sampel juga dapat diartikan sebagai bagian dari populasi yang dipilih melalui prosedur tertentu sehingga mampu mewakili keseluruhan populasi.

Pada penelitian ini, teknik penentuan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Selanjutnya, peneliti menggunakan tabel Isaac dan Michael untuk menetapkan jumlah sampel dari populasi yang tersedia, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Penentuan Jumlah Sampel Isaac Michael Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%**

N	Sampel		
	0,01	0,05	0,1
10	10	10	10

---

<sup>47</sup> Sugiyono. 80.

<sup>48</sup> Sugiyono. 81.

15	15	14	14
100	87	78	73
200	154	127	115
1000	399	258	213
2000	498	297	238
1000000	663	348	271
$\infty$	664	349	272

Sumber: Sugiyono, 2013<sup>49</sup>

Berdasarkan Tabel 3.1 peneliti mengambil sebanyak 349 responden yang telah melakukan pembelian produk sate daging sapi Pak Djamil lebih dari 2 kali. Hal ini didasarkan pada populasi yang tidak terbatas dengan tingkat kesalahan sebesar 0,05 (5%).

#### D. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah uraian rinci mengenai variabel-variabel yang diteliti agar menjadi lebih konkret dan dapat diukur menggunakan alat ukur penelitian. Melalui definisi operasional, setiap variabel dijelaskan secara rinci hingga peneliti dapat mengetahui bagaimana variabel tersebut diidentifikasi, diukur, dan dianalisis.<sup>50</sup> Definisi operasional variabel juga mencakup setiap unsur yang memiliki variasi tertentu sesuai dengan fokus penelitian, dan hasil pengukurannya akan menjadi dasar dalam menarik kesimpulan penelitian. Dalam penelitian ini definisi operasional variabel penelitiannya diantaranya:

<sup>49</sup> Sugiyono. 87.

<sup>50</sup> Abdullah Karimuddin et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. Nanda Saputra (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022), <http://penerbitzaini.com>.

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

a. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk diartikan sebagai penilaian yang diberikan oleh konsumen terhadap keunggulan atau keistimewaan yang dimiliki oleh suatu produk. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 2**  
**Definisi Operasional Kualitas Produk**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator Variabel</b>	<b>Definisi Indikator</b>
Kualitas Produk (X1)	Kinerja Produk ( <i>Performance Quality</i> )	Kemampuan utama suatu produk dalam menjalankan fungsi dasarnya sesuai tujuan penggunaan.
	Keragaman Produk ( <i>Feature</i> )	Sesuatu tambahan atau pelengkap yang memberikan nilai lebih pada produk.
	Estetika ( <i>Aesthetics</i> )	Daya tarik produk terhadap panca indera setelah menggunakan produk atau layanan.
	Kesesuaian ( <i>Conformance Quality</i> )	Tingkat sejauh mana kemampuan produk cocok dengan standar yang tertera pada produk atau janji yang diberikan oleh produk tersebut.
	Daya Tahan ( <i>Durability</i> )	Ketahanan menunjukkan seberapa lama produk dapat digunakan.
	Kualitas yang dipersepsikan ( <i>Perceived Quality</i> )	Citra dan nama baik produk terkait dengan produk atau layanan yang mereka berikan.
	Kemampuan Pelayanan ( <i>Serviceability</i> )	Meliputi kecepatan, kompetisi, kenyamanan, kemudahan dalam perbaikan, serta pelayanan pengelolaan keluhan yang memuaskan.

	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	Terdapat kemungkinan kecil bahwa produk tersebut tidak dapat digunakan atau rusak.
--	-------------------------------------	--

Sumber: Indikator Kualitas Produk menurut Fandy Tjiptono

b. Kualitas Pelayanan (X2)

Kualitas pelayanan juga diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan layanan yang tepat, sehingga mampu memenuhi harapan dan membuat pelanggan merasa puas. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelayanan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 3**

**Definisi Operasional Kualitas Pelayanan**

Variabel	Indikator Variabel	Definisi Indikator
Kualitas Pelayanan (X2)	Bukti Fisik ( <i>Tangibles</i> )	Bagian yang berkaitan dengan cara karyawan menyajikan produk serta tampilan fasilitas yang diberikan oleh penjual atau perusahaan
	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan tepat waktu, konsisten, serta tanpa melakukan kesalahan menunjukkan kualitas pelayanan yang baik.
	Daya Tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	Kemampuan karyawan dalam merespons dan melayani konsumen dengan cepat serta memberikan pelayanan sesuai kebutuhan konsumen.
	Jaminan ( <i>Assurance</i> )	Kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya konsumen melalui pelayanan, sikap, pengetahuan, dan karakter yang dapat dipercaya sehingga mengurangi keraguan dan Risiko.
	Empati ( <i>Empathy</i> )	Perhatian dan kepedulian yang diberikan oleh perusahaan maupun

		karyawan dalam memahami kebutuhan serta kesulitan konsumen, termasuk memberikan pelayanan dan perhatian secara personal kepada konsumen.
--	--	--

Sumber: Indikator Kualitas Pelayanan menurut Fandy Tjiptono

## 2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Kepuasan konsumen merupakan penilaian subjektif yang dilakukan konsumen setelah menggunakan atau memakai produk berdasarkan pengalaman dan hasil yang mereka rasakan. Indikator kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 4**

### **Definisi Operasional Kepuasan Konsumen**

<b>Variabel</b>	<b>Variabel Indikator</b>	<b>Definisi Indikator</b>
Kepuasan Konsumen (Y)	Kesesuaian Harapan	Seberapa baik kinerja yang diharapkan oleh konsumen sejalan dengan apa yang mereka alami
	Minat Berkunjung Kembali	Kesediaan konsumen untuk kembali menggunakan produk atau jasa
	Kesediaan Merekomendasikan	Kemauan konsumen untuk memberikan saran tentang produk atau layanan kepada teman atau keluarga setelah mereka mencoba.

Sumber: Indikator kepuasan konsumen menurut Fandy Tjiptono

## **E. Sumber Data Penelitian**

Sumber data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber asli atau lokasi penelitian.<sup>51</sup> Dalam penelitian ini, data primer didapatkan dari jawaban angket yang telah disebarakan kepada konsumen Warung Sate Pak Djamil Kota Mojokerto.

<sup>51</sup> Karimuddin et al. 55.

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden yang berisi beberapa pertanyaan penelitian. Kuesioner yang dibagikan berisi sejumlah pertanyaan yang harus dijawab oleh responden sesuai dengan petunjuk pengisian yang telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Adapun data yang diperoleh dari kuesioner dalam penelitian ini meliputi:

1. Sejumlah item pertanyaan terkait variabel Kualitas Produk (X1)
2. Sejumlah item pertanyaan terkait variabel Kualitas Pelayanan (X2)
3. Sejumlah item pertanyaan terkait variabel Kepuasan Konsumen (Y)

## **G. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian merupakan alat yang dipakai untuk mengukur fenomena baik yang berkaitan dengan alam maupun sosial yang sedang diamati.<sup>52</sup> Alat ini berfungsi untuk menilai variabel-variabel yang menjadi fokus penelitian. Jumlah pertanyaan dalam instrumen disesuaikan dengan banyaknya variabel yang sedang diteliti. Pada penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai instrumen penelitian sebagai sarana untuk mengumpulkan informasi dari jawaban-jawaban.

## **H. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah tahap dimana data yang sudah dikumpulkan dan diolah sehingga hasil yang diperoleh mudah dipahami oleh pembaca penelitian. Analisis ini mencakup penyajian informasi dari hasil pengolahan

---

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. 102.

data, pengelompokan hasil, serta peringkasan data untuk membentuk kesimpulan penelitian.<sup>53</sup> Langkah-langkah yang digunakan dalam analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemeriksaan data (*editing*) adalah langkah di mana data yang telah dikumpulkan ditelaah dan diperbaiki guna memastikan tidak terdapat kesalahan dalam pengisian, dan kekurangan data.
2. Pemberian kode (*coding*) adalah tahap di mana setiap jawaban dalam kuesioner ditandai dengan angka atau simbol tertentu. Dalam penelitian ini, proses pengkodean dilakukan dengan menerapkan metode sebagai berikut:
  - 1) Variabel bebas diberi kode : (X1) Kualitas Produk dan (X2) Kualitas Pelayanan
  - 2) Variabel terikat diberi kode : (Y) Kepuasan Konsumen
3. Pemberian skor (*scoring*) adalah tahap di mana nilai atau skor diberikan pada setiap subjek berdasarkan jawaban yang terdapat dalam kuesioner. Dalam penelitian ini, pemberian skor dilakukan dengan cara berikut:
  - 1) Sangat Setuju (SS) dengan bobot nilai = 5
  - 2) Setuju (S) dengan bobot nilai = 4
  - 3) Netral (N) dengan bobot nilai = 3
  - 4) Tidak Setuju (TS) dengan bobot nilai = 2
  - 5) Sangat Tidak Setuju (STS) dengan bobot nilai = 1

---

<sup>53</sup> Syafrida Hafni Sahir, *Buku Ini Di Tulis Oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta Di Lindungi Oleh Undang-Undang Telah Di Deposit Ke Repository UMA Pada Tanggal 27 Januari 2022*, ed. Try Koryati (Jogjakarta: PENERBIT KNM INDONESIA, 2022). 37.

4. Penyusunan tabel (*tabulating*) adalah tahap dimana data dimasukkan ke dalam tabel yang telah diberi kode sesuai kebutuhan analisis, jawaban dari responden kemudian dikelompokkan dan dihitung berdasarkan ketentuan dan diolah dengan bantuan aplikasi *Microsoft Excel 2021*.
5. Proses (*processing*) adalah tahap saat data yang didapatkan dari penelitian lapangan diproses dan dianalisis menggunakan metode statistik untuk menghasilkan informasi yang relevan dan bermakna.<sup>54</sup> Analisis yang digunakan pada penelitian ini diantaranya:

- a. Uji Instrumen

- 1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen pengukuran dapat digunakan atau tidak.<sup>55</sup> Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk menilai kesesuaian serta kelayakan setiap item dalam angket atau kuesioner. Proses ini menggunakan aplikasi SPSS untuk melakukan analisis. Penentuan instrumen penelitian dikatakan valid digunakan perbandingan antara  $r_{hitung}$  dibandingkan  $r_{tabel}$  dengan jumlah N.

Jumlah sampel yang digunakan untuk uji validitas dalam penelitian ini sebanyak 30 responden, dengan ketentuan sebagai berikut:

---

<sup>54</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014).

<sup>55</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. 121.

- a) Apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka instrumen dapat dikatakan valid
- b) Apabila nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen dapat dikatakan tidak valid

## 2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah proses pengujian pernyataan yang disebabkan kepada responden untuk menilai konsistensi jawaban dari responden.<sup>56</sup> Untuk menguji reliabilitas, dilakukan menggunakan nilai *Cronbach Alpha* dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Nilai alpha 0,00-0,2 = kurang reliabel
- b) Nilai alpha 0,2-0,4 = agak reliabel
- c) Nilai alpha 0,41-0,6 = cukup reliabel
- d) Nilai alpha 0,61-0,8 = reliabel
- e) Nilai alpha 0,81-100 = sangat reliabel

## b. Analisis Deskriptif

Metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis data kuantitatif diartikan sebagai tahapan yang dilakukan setelah seluruh data dari responden terkumpul. Statistika deskriptif adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengolah data dengan cara mendeskripsikan data yang sudah terkumpul apa

---

<sup>56</sup> Abigail Soesana et al., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. Abdul Karim (Yayasan Kita Menulis, 2023). 75.

adanya tanpa berniat untuk menarik kesimpulan yang bersifat umum.<sup>57</sup>

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas bertujuan untuk menentukan apakah semua variabel berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*, dengan ketentuan sebagai berikut:<sup>58</sup>

- a) Jika nilai signifikansi atau probabilitas  $> 0,05$ , maka hipotesis diterima sehingga data terdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi atau nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka hipotesis ditolak sehingga data tidak terdistribusi normal.

2) Uji Multikolenearitas

Uji Multikolenearitas dilakukan untuk mengidentifikasi ada tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model di mana variabel independennya tidak saling berkorelasi secara tinggi atau tidak terpengaruh oleh masalah multikolenearitas. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai tolerance melalui hasil uji pada aplikasi SPSS. Secara umum,

---

<sup>57</sup> Benny Pasaribu et al., *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis* (Banten: MEDIA EDU PUSTAKA, 2022). 9.

<sup>58</sup> Mintarti Indartini and Mutmainah, *Analisis Data Kuantitatif* (Klaten: Lakeisha, 2019).

multikolinearitas dianggap ada jika nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  atau nilai VIF  $\geq 10$ .<sup>59</sup>

### 3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah pengujian yang bertujuan untuk memastikan apakah ada keterkaitan atau hubungan antara kesalahan residual di periode sebelumnya dengan periode sekarang. Apabila ditemukan adanya korelasi tersebut, maka artinya koefisien korelasinya kurang akurat.<sup>60</sup> Untuk mengetahui apakah terdapat masalah autokorelasi atau tidak, pengujian dapat dilakukan menggunakan Durbin-Watson (DW) dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika nilai Dw lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL) maka  $H_0$  ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- b) Jika nilai dW berada diantara dU dan (4-dU), maka  $H_0$  diterima, yang berarti tidak ada korelasi.
- c) Jika nilai dW berada diantara dL dan dU atau diantara (4-dU) dan (4-dL), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan secara pasti.

### 4) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians dalam model regresi. Pada penelitian ini, pengujian dilakukan dengan

---

<sup>59</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005). 160.

<sup>60</sup> Indartini and Mutmainah, *Analisis Data Kuantitatif*. 23.

menggunakan metode *scatter plot*. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatter plot* dijelaskan sebagai berikut:<sup>61</sup>

- a) Jika terjadi adanya pola khusus pada grafik *scatter plot*, seperti munculnya titik-titik yang berpola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak terlihat pola yang jelas dan titik-titik tersebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Analisis Korelasi Pearson (*Product Moment*)

Uji korelasi berganda digunakan untuk menilai kekuatan dan tingkat hubungan antar variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, teknik *Pearson Product Moment* digunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel. Untuk menentukan kuat atau lemahnya hubungan antar variabel, dapat merujuk pada tabel berikut:

**Tabel 3. 5**  
**Interval Korelasi<sup>62</sup>**

<b>Besarnya “r” Product Moment</b>	<b>Interpretasi</b>
0,00 – 0,199	Terdapat korelasi yang sangat lemah antara variabel X dan variabel Y.
0,20 – 0,399	Terdapat korelasi lemah antara variabel X dan variabel Y.
0,40 – 0,599	Terdapat korelasi sedang antara variabel X dan variabel Y.

<sup>61</sup> Indartini and Mutmainah. 24.

<sup>62</sup> Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2013). 238.

0,60 – 0,799	Terdapat korelasi yang kuat atau tinggi antara variabel X dan variabel Y.
0,80 – 1,00	Terdapat korelasi yang sangat kuat antara variabel X dan variabel Y.

e. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda dengan tiga variabel ini merupakan regresi yang mengaitkan satu variabel terikat (Y) dengan dua variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ). Persamaannya dituliskan sebagai berikut:<sup>63</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan:

$Y$  = Variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

$X_1$  = Variabel bebas (Kualitas Produk)

$X_2$  = Variabel bebas (Kualitas Pelayanan)

$a$  = Konstanta

$b$  = Koefisien regresi

$\epsilon$  = variabel eror yang berdistribusi normal baku

f. Uji Hipotesis

1) Uji t (parsial)

Uji t dilakukan untuk menilai apakah variabel bebas memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  atau melalui tingkat signifikansinya. Adapun

---

<sup>63</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, ed. Endang Mulyatiningsih (Bandung: CV ALFABETA, 2007). 275.

rumus hipotesis yang digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:<sup>64</sup>

- a)  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  atau nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b)  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## 2) Uji F (simultan)

Uji F digunakan untuk menilai apakah variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat. Apabila variabel bebas terbukti memberikan pengaruh yang signifikan secara bersama-sama, maka model regresi dinyatakan layak atau fit. Sebaliknya, apabila tidak terdapat pengaruh yang signifikan, model tersebut dianggap tidak layak atau tidak fit. Dengan demikian, dapat ditentukan apakah  $H_0$  diterima atau ditolak dengan kriteria sebagai berikut:<sup>65</sup>

- a) Apabila nilai signifikansi uji  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka dapat diartikan semua variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Apabila nilai signifikansi uji  $F > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, dapat diartikan semua variabel

---

<sup>64</sup> Indartini and Mutmainah, *Analisis Data Kuantitatif*. 45.

<sup>65</sup> Indartini and Mutmainah. 43.

independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

g. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menjelaskan sejauh mana variabel bebas (X) mempengaruhi variabel terikat (Y).<sup>66</sup> Apabila nilai ( $R^2$ ) rendah atau mendekati nol, berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat kecil. Sebaliknya, apabila nilai koefisien mendekati 100%, maka menunjukkan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar. Rumus yang dapat dipakai untuk menghitung Koefisien determinasi yaitu sebagai berikut:

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$R^2$  = nilai koefisien determinasi

r = nilai koefisien korelasi

---

<sup>66</sup> Indartini and Mutmainah. 45.