# BAB III
# METODE PENELITIAN

## A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian lapangan *(field research),* yakni suatu pendekatan penelitian yang dilaksanakan secara langsung di suatu lokasi tertentu yang telah dipilih dengan tujuan untuk mengamati dan memahami fenomena yang berlangsung di lokasi tersebut (Sugiyono, 2017).

Adapun pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, di mana pendekatan ini digunakan sebagai sarana untuk menjawab rumusan masalah berdasarkan konsep dan teori yang relevan dengan fokus kajian penelitian. Menurut Sugiyono (2017), metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang berpijak pada landasan filsafat positivisme, diterapkan untuk mengkaji populasi maupun sampel tertentu, menggunakan instrumen penelitian dalam proses pengumpulan data, mengandalkan analisis statistik dalam pengolahan data, serta bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

Penelitian ini bersifat asosiatif kausal, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017), di mana variabel bebas (cita rasa, *Fear Of Missing Out*, dan *Word Of Mouth*) diduga memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (keputusan pembelian konsumen) mie gacoan di Kota Banjarmasin.

## B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan Di Mie Gacoan Banjarmasin berlokasi di Jalan Brigjen Hasan Basri nomor 48, RW 02, Alalak Utara, Kecamatan Banjarmasin

Utara, Kota Banjarmasin. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada beberapa pertimbangan. Outlet ini merupakan gerai pertama Mie Gacoan yang dibuka di Kota Banjarmasin, yaitu pada tanggal 10 Februari 2025, sehingga telah beroperasi lebih lama dan memiliki basis konsumen yang lebih luas serta lebih representatif dibandingkan outlet kedua yang baru dibuka.

## C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dapat dipahami sebagai wilayah generalisasi yang mencakup keseluruhan objek maupun subjek yang memiliki ciri dan karakteristik tertentu sebagaimana ditetapkan oleh peneliti untuk dikaji, dan dari keseluruhan tersebut selanjutnya ditarik suatu kesimpulan. Dengan demikian, cakupan populasi tidak terbatas pada manusia semata, melainkan juga meliputi benda-benda serta unsur-unsur alam lainnya (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, populasi yang ditetapkan adalah para konsumen yang telah melakukan pembelian produk Mie Gacoan dan berdomisili di wilayah Kota Banjarmasin.

Sampel merupakan bagian yang diambil dari keseluruhan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Dalam pelaksanaan penelitian ini, tidak seluruh anggota populasi dijadikan objek pengamatan, melainkan hanya sebagian saja yang dipilih sebagai representasi dari populasi tersebut. Sampel berfungsi sebagai perwakilan populasi yang menjadi sasaran penelitian, di mana anggotanya dipilih secara selektif dari keseluruhan populasi yang ada. Dengan kata lain, sampel hanya mencakup sejumlah elemen tertentu dari populasi, bukan keseluruhannya, namun tetap merepresentasikan karakteristik populasi yang dimaksud. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara

pasti, maka peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling* sebagai cara untuk menentukan sampel. Teknik ini dipilih karena memudahkan peneliti dalam menjangkau responden yang sesuai dengan kriteria penelitian, sehingga sampel yang diperoleh diharapkan dapat mewakili karakteristik populasi secara umum.

Penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan jumlah sampel dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%. Pemilihan rumus Lemeshow didasarkan pada kondisi populasi yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya, sehingga pendekatan ini dinilai lebih tepat digunakan dibandingkan rumus lain yang mensyaratkan jumlah populasi yang jelas. Selain itu, penggunaan tingkat kesalahan sebesar 10% dilandasi oleh pertimbangan efisiensi dalam hal waktu, biaya, dan keterbatasan sumber daya dalam pelaksanaan penelitian lapangan. Populasi dalam penelitian ini dibatasi dengan karakteristik tertentu, yaitu para konsumen yang melakukan pembelian di gerai Mie Gacoan yang berlokasi di Kota Banjarmasin, dinilai memiliki kecenderungan perilaku yang relatif homogen dalam hal keputusan pembelian, sehingga margin of error sebesar 10% masih dapat memberikan gambaran yang representatif terhadap populasi.

Dalam penelitian sosial yang bersifat kuantitatif dan eksploratif, tingkat kesalahan sebesar 10% masih dapat digunakan selama mampu menjelaskan hubungan antar variabel secara memadai. Hal ini sejalan dengan pendapat V. Wiratna Sujarweni (2020) yang menyatakan bahwa penentuan ukuran sampel harus mempertimbangkan kondisi lapangan serta keterbatasan penelitian. Selain itu, penggunaan nilai proporsi p = 0,5 dalam rumus Lemeshow bertujuan untuk

menghasilkan ukuran sampel maksimum, sehingga hasil penelitian tetap memiliki tingkat keandalan yang baik meskipun proporsi sebenarnya dalam populasi belum diketahui. Dengan demikian, pemilihan rumus Lemeshow dengan margin of error 10% dalam penelitian ini merupakan keputusan metodologis yang rasional dan proporsional, mengingat kondisi empiris di lapangan, serta tujuan penelitian yang berfokus pada analisis pengaruh cita rasa, *Fear Of Missing Out* (FOMO), dan *Word Of Mouth* (WOM) terhadap keputusan pembelian konsumen di Kota Banjarmasin. Adapun rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{\mathrm{Z}^2 \rho(1-\rho)}{d^2}$$

Keterangan:

*n* = jumlah sampel

Z = nilai tabel normal dengan alpha tertentu

p = proporsi populasi yang tidak diketahui

d = *margin eror*

Diketahui:

Z : nilai Z sebesar 95% = 1.960

p : nilai p sebesar 0,5 = 0,25

d : nilai d sebesar = 10%

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

$$= \frac{3{,}8416 \,.\, 0{,}5\ (1-0{,}5)}{0{,}1^2}$$

$$= \frac{0{,}9604}{0{,}01} = 96{,}04$$

Jadi, jumlah sampel minimal dalam penelitian ini adalah 96 responden**.**

## D. Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling* atau yang sering disebut sebagai sampling insidental**.** *Accidental sampling* merupakan bagian dari *teknik non-probability sampling***,** yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel.

Menurut Sugiyono (2017), *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan dianggap sesuai sebagai sumber data, maka dapat dijadikan sebagai sampel penelitian.

Dalam konteks penelitian ini, responden dipilih dari konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Mie Gacoan di Kota Banjarmasin, baik yang ditemui secara langsung maupun yang bersedia mengisi kuesioner yang disebarkan secara daring. Teknik ini digunakan karena jumlah populasi konsumen tidak diketahui secara pasti dan cenderung besar, sehingga sulit dilakukan pengambilan sampel secara acak. Oleh karena itu, penggunaan accidental sampling dinilai lebih efektif dan efisien dalam menjangkau responden yang sesuai dengan kriteria penelitian.

## E. Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Sumber data dalam penelitian ini adalah konsumen mie gacoan yang berdomisili Kota Banjarmasin dan data dalam penelitian ini diperoleh secara langsung melalui kuesioner kepada konsumen mie gacoan yang berdomisili Kota Banjarmasin.

Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala ini didasarkan pada penjumlahan tanggapan responden terhadap sejumlah pernyataan yang berkaitan dengan indikator-indikator dari suatu konsep atau variabel yang sedang diteliti. Melalui skala ini, responden diminta untuk menyatakan tingkat persetujuannya terhadap setiap pernyataan yang diberikan. Umumnya, skala Likert dalam penelitian ini menggunakan lima tingkat jawaban, yaitu :

Tabel 3. 1 **skala Likert**

| No | Pernyataan | Nilai Skor |
|---|---|---|
| 1 | Sangat Tidak Setuju | 1 |
| 2 | Tidak Setuju | 2 |
| 3 | Netral | 3 |
| 4 | Setuju | 4 |
| 5 | Sangat Setuju | 5 |

Sumber : Diolah peneliti, 2026.

## F. Variabel dan Indikator

### 1. Cita Rasa

Cita rasa dapat didefinisikan sebagai sensasi yang kompleks, merupakan kombinasi dari berbagai input yang meliputi aroma yang diindra melalui hidung, rasa yang diindra oleh reseptor pada lidah, tekstur dan kesan di mulut (*mouthfeel*), serta *chemesthesis* atau sensasi trigeminal dan iritasi yang diindra pada permukaan

mukosa mulut (Sunarharum et al., 2019). Adapun indikator dari cita rasa sebagai berikut:

a) Penampakan
b) Bau
c) Rasa
d) Tekstur
e) Suhu

**2. *Fear Of Missing Out* (FOMO)**

*Fear Of Missing Out* (FOMO) adalah rasa khawatir yang terus-menerus bahwa orang lain sedang mengalami pengalaman menyenangkan atau berharga sementara dirinya tidak ikut serta (Przybylski et al., 2013), FOMO akan diukur melalui indikator-indikator berikut:

a) Ketakutan
b) Kekhawatiran
c) kecemasan

**3. *Word Of Mouth* (Wom)**

*Word Of Mouth* merupakan aktivitas penyebaran informasi maupun pendapat yang dapat dijadikan acuan tindakan mengenai suatu produk barang atau jasa kepada orang-orang di lingkungan terdekat, berupa penilaian tentang kelayakan produk atau jasa tersebut untuk dikonsumsi yang kemudian disampaikan kepada calon konsumen lainnya (Joesyiana, 2018). WOM akan diukur melalui indikator-indikator berikut:

a) Informasi dari perusahaan

b) Konsumen terdorong untuk melakukan pembelian disebabkan oleh motivasi dari orang lain.

c) Secara sadar konsumen membicarakan produk, berujung pada proses merekomendasikan kepada orang lain.

**4. Keputusan Pembelian Konsumen**

Keputusan pembelian dapat diartikan sebagai serangkaian tahapan yang dilalui oleh konsumen sebelum akhirnya menetapkan pilihan untuk membeli suatu produk. Terdapat beragam faktor yang turut mempengaruhi konsumen dalam proses pembelian suatu produk atau jasa, di mana pada umumnya konsumen akan mempertimbangkan aspek kualitas, tingkat harga, serta tingkat popularitas produk di tengah masyarakat sebagai dasar pertimbangan utama sebelum mengambil keputusan (Kotler & Keller, 2011). Dalam penelitian ini, keputusan pembelian akan diukur melalui indikator-indikator berikut:

a) Pengenalan Kebutuhan

b) Pencarian Informasi

c) Pengevaluasian Alternatif

d) Keputusan Pembelian

e) Perilaku Setelah Pembelian

## G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memilih menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Teknik ini dipilih karena dianggap tepat untuk menggali informasi dari responden melalui serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun secara sistematis. Kuesioner dinilai efektif, terutama ketika

peneliti telah memiliki kejelasan mengenai variabel yang ingin diukur serta ekspektasi terhadap jawaban responden. Metode ini juga sangat sesuai jika jumlah responden cukup banyak dan tersebar di wilayah geografis yang luas.

Dalam penelitian ini, instrumen pengumpulan data berupa kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup agar memudahkan proses pengolahan dan analisis data secara kuantitatif. Setiap butir pernyataan diukur menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju), sehingga responden dapat mengekspresikan tingkat persetujuan mereka secara terstruktur. Sebelum digunakan dalam penelitian utama, Sebelum digunakan dalam pengumpulan data, kuesioner terlebih dahulu dikenakan pengujian validitas dan reliabilitas guna memastikan bahwa instrumen tersebut mampu mengukur variabel-variabel penelitian secara tepat dan menghasilkan hasil pengukuran yang konsisten.

Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring melalui tautan (link) yang dibagikan kepada responden. Pemilihan metode ini didasarkan pada pertimbangan efisiensi, mengingat jumlah konsumen Mie Gacoan yang besar dan tersebar di berbagai lokasi, sehingga sulit dijangkau melalui survei tatap muka. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi terbatas guna memastikan bahwa responden yang berpartisipasi telah memenuhi kriteria yang ditetapkan. Seluruh proses pengumpulan data dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip etika penelitian, seperti menjaga kerahasiaan identitas responden serta memastikan bahwa partisipasi dilakukan secara sukarela. Penggunaan kuesioner dalam penelitian kuantitatif dinilai efektif karena memiliki sifat yang terstruktur, sistematis, serta memudahkan dalam proses analisis data.

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap yang sangat penting dalam proses metode ilmiah. Data mentah yang telah dikumpulkan perlu melalui proses pengelompokan, klasifikasi, dan peringkasan agar dapat menghasilkan informasi yang relevan dalam menjawab rumusan masalah dan mendukung pengujian hipotesis penelitian.

Dalam pendekatan kuantitatif, analisis data dimaknai sebagai upaya menyusun dan memahami data secara sistematis, sehingga temuan yang diperoleh dapat disampaikan dengan jelas kepada pihak lain. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengungkap makna yang tersembunyi di balik data, berdasarkan pengakuan atau tanggapan dari subjek penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrumen penelitian

Sebagai bagian proses pengumpulan data yang baik dan terstruktur maka diperlukan uji instrumen. Instrumen adalah alat yang digunakan untuk mengukur variabel.

a. Uji validitas

Uji Validitas merupakan tolak ukur yang mencerminkan sejauh mana sebuah instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, sehingga menggambarkan tingkat ketepatan dan kesahihannya. Instrumen yang memenuhi kriteria valid menunjukkan derajat validitas yang tinggi, sedangkan instrumen yang tidak mampu memenuhi standar tersebut mencerminkan derajat validitas yang rendah.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas item merupakan pengujian yang diterapkan untuk menilai tingkat keandalan serangkaian butir pertanyaan dalam mengukur suatu variabel secara konsisten. Instrumen dikatakan reliabel apabila penggunaannya secara berulang terhadap objek yang sama tetap menghasilkan data yang tidak berbeda (Abuzar et al., 2015).

Dalam penelitian ini, penilaian terhadap keandalan butir-butir pernyataan dilakukan melalui uji statistik *Cronbach Alpha* dengan bantuan program SPSS versi 27. Pengujian reliabilitas dapat dilaksanakan secara serentak terhadap seluruh butir pernyataan yang ada. Apabila nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh melebihi 0,60, maka butir-butir pernyataan tersebut dapat dinyatakan reliabel atau memiliki tingkat keandalan yang memadai (Sujarweni, 2020).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Distribusi normal penting dalam analisis statistik karena menjadi salah satu syarat agar hasil pengujian dapat memberikan kesimpulan yang valid. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya keterkaitan yang bersifat linier di antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi.

Keterkaitan yang terlalu erat antar sesama variabel independen berpotensi menimbulkan hubungan yang sangat tinggi di antara mereka, sehingga dapat mengganggu kestabilan estimasi model. Lebih dari itu, pengujian ini juga memiliki fungsi preventif terhadap terjadinya bias dalam proses penentuan keputusan, khususnya berkenaan dengan penilaian pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen melalui uji parsial (Sujarweni, 2020).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya ketidakseragaman varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam suatu model regresi. Apabila varians residual dari setiap pengamatan bersifat tetap atau seragam, kondisi tersebut dinamakan homoskedastisitas, sedangkan apabila varians residual menunjukkan ketidakseragaman, maka kondisi dimaksud disebut sebagai heteroskedastisitas.

3. Analisis Linear Berganda

Analisis regresi merupakan suatu metode analitik yang digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat. Regresi berganda adalah bentuk regresi yang melibatkan paling sedikit dua variabel bebas, seperti X1, X2, dan X3, serta satu variabel terikat (Y).

Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, di mana analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen (X1, X2, X3, ... Xn) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen

(X) dan variabel dependen (Y), baik yang bersifat positif maupun negatif, sekaligus digunakan untuk memprediksi besaran nilai variabel dependen ketika variabel independen mengalami perubahan, baik peningkatan maupun penurunan. Data yang digunakan dalam analisis ini umumnya berskala interval atau rasio, dengan persamaan regresi sebagai berikut: (Sugiyono, 2017)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian Konsumen

*a* = Konstanta

$b_1$ = Koefisien regresi $X_1$

$b_2$ = Koefisien regresi $X_2$

$b_3$ = Koefisien regresi $X_3$

X1 = Cita rasa

X2 = *Fear Of Missing Out*

X3 = *Word Of Mouth*

e = Standar error

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi atau yang dikenal sebagai *Goodness of Fit* dan dinotasikan dengan $R^2$, merupakan salah satu ukuran yang memegang peranan penting dalam analisis regresi, sebab nilai ini mampu memberikan informasi mengenai kualitas model regresi yang telah diestimasi. Dengan kata lain, angka tersebut mencerminkan seberapa dekat kesesuaian antara garis regresi yang diestimasi dengan data yang sesungguhnya. (Pardede & Manurung, 2014).

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial

Uji parsial atau uji T merupakan metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji ini bertujuan untuk melihat apakah setiap variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan secara terpisah dalam menjelaskan variabel terikat. Menurut Sujarweni (2020), uji T digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dalam model regresi.

b. Uji Simultan

Uji simultan atau uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Uji ini digunakan untuk menilai kelayakan model regresi secara keseluruhan. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. (Sujarweni, 2020).

## I. Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang tersusun secara sistematis guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Adapun langkah-langkah penelitian yang ditempuh antara lain sebagai berikut:

1. Tahap Pendahuluan

Pada tahap ini, peneliti mulai mengamati fenomena yang terjadi di masyarakat terkait perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk Mie Gacoan di Kota Banjarmasin. Berdasarkan hasil pengamatan tersebut,

peneliti menentukan topik penelitian yang kemudian disusun menjadi proposal penelitian dan dipresentasikan pada mata kuliah Seminar Penelitian pada Selasa, 20 Maret 2025. Selanjutnya, pada Selasa, 20 Mei 2025, peneliti berkonsultasi dengan dosen penasihat akademik guna mengonfirmasi judul penelitian serta melakukan perbaikan sebelum diterbitkannya Surat Penetapan Judul. Peneliti kemudian memperoleh Surat Penetapan Judul dengan judul "Analisis Cita Rasa, *Fear Of Missing Out* (FOMO), dan *Word Of Mouth* (WOM) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Gacoan di Kota Banjarmasin"**,** sekaligus memperoleh penetapan dosen pembimbing II pada Senin, 30 Juni 2025. Setelah itu, peneliti kembali melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing untuk menyempurnakan isi proposal serta memperoleh persetujuan mengikuti ujian proposal, yaitu pada Senin, 25 Agustus 2025 dengan dosen pembimbing I dan pembimbing II. Selanjutnya, proposal penelitian diuji dalam Seminar Proposal pada Kamis, 28 Agustus 2025 dengan Penguji I, Bapak Faqih El Wafa, S.H.I., M.S.I., dan Penguji II, Ibu Dra. Hj. Faridah, M.H.I.

2. Tahap Pengumpulan Data

Pengumpulan data dimulai dengan pengajuan surat permohonan izin riset kepada seluruh kantor kecamatan di Kota Banjarmasin sebagai lokasi penelitian, yang dilakukan dalam rentang waktu 8 Mei 2026 hingga 8 Juni 2026. Pada Senin, 11 Mei 2026, peneliti memperoleh izin untuk melaksanakan penelitian di wilayah kecamatan yang telah ditentukan. Selanjutnya, peneliti melakukan observasi awal untuk memperoleh gambaran mengenai karakteristik masyarakat yang menjadi konsumen Mie Gacoan di Kota Banjarmasin. Informasi tersebut digunakan sebagai

dasar dalam penyusunan instrumen penelitian sekaligus untuk memastikan bahwa responden memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Setelah instrumen penelitian selesai disusun berdasarkan variabel Cita Rasa, *Fear Of Missing Out* (FOMO), *Word Of Mouth* (WOM), dan Keputusan Pembelian beserta indikatornya, kuesioner kemudian disebarkan kepada responden yang memenuhi kriteria, yaitu masyarakat di Kota Banjarmasin yang pernah melakukan pembelian produk Mie Gacoan.

3. Tahap Analisis

Pengumpulan data telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan Google Form kepada responden. Dilakukannya tahapan ini setelah data terkumpul semua. Selanjutnya pada 30 Mei 2026, peneliti berusaha mengolah dan menganalisis data dengan teknik yang telah ditentukan menggunakan software SPSS Versi 23.

4. Tahap Laporan Akhir

Tahapan terakhir ini berupa penyusunan laporan secara sistematis. Laporan yang sudah dirangkap ini akan dikonsultasikan kepada dosen pembimbing skripsi untuk perbaikan dan kesempurnaanya. Setelah itu, laporan yang sudah disempurnakan siap untuk dimunaqasyahkan.