

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian ini yang digunakan yakni desain penelitian kausalitas. yang artinya penelitian tersebut dirancang untuk menguji kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antar variabel (Anwar Sanusi, 2011:14) Jenis penelitian tersebut membahas pengaruh atau korelasi antar dua atau lebih variable X terhadap variable Y. penelitian tersebut guna untuk menjelaskan pengaruh Citra Merek, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Berikut merupakan langkah-langkah penelitian kausalitas menurut (Anwar Sanusi, 2011:14)

1. Menetapkan masalah penelitian
2. Merumuskan tujuan penelitian secara spesifik
3. Mengkaji teori dan menelaah hasil penelitian terdahulu yang relevan
4. Merumuskan hipotesis penelitian
5. Menentukan ukuran sampel jika ukuran populasinya besar, sekaligus memilih metode penarikan sampel yang tepat.
6. Mengklasifikasikan dan mendefinisikan variabel penelitian
7. Menyusun instrumen penelitian dengan mengacu pada variabel yang sudah didefinisikan sekaligus melakukan uji validitas dan reliabilitas instrumenn
8. Menentukan metode pengumpulan data
9. Melakukan pengujian hipotesis

10. Menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis atau uji hipotesis.

3.2. Operasional Variabel

Penelitian yakni tataran teoritis dan empiris, dengan mengidentifikasi konstruk-konstruk serta adakah korelasi dengan proposisi dan teori. Pada tataran empiris yang di lakukan adalah mengklarifikasi, mengidentifikasi, dan mengoperasionakan variable-variable termasuk menghubungkan hubungan variable pada tataran ini (Anwar Sanusi, 2011:49).

Pada dasarnya variabel penelitian merupakan apapun bentuknya yang ditentukan oleh peneliti untuk di analisa, setelah itu mendapatkan informasi hasil, selanjutnya membuat kesimpulan (prof.Dr.Sugiyono., 2014:38).

3.2.1. Variabel Penelitian

Menurut variabel penelitian yaitu suatu yang ditetapkan peneliti berdasarkan penelitian yang akan dilakukan atau suatu atribut objek yang berdiri dan variabel itu terdapat data yang melengkapinya. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah terdiri dari dua variabel yakni variabel independen dan variabel dependen.

3.2.1.1. Variabel Independen

Variabel ini disebut variabel bebas yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab timbulnya variabel dependen (terikat) menurut (prof.Dr.Sugiyono., 2014:39).

Indikator Citra Merek (X1) sebagai berikut:

1. Citra pembuat (corporate image)
2. Citra pemakai (user image)
3. Citra Produk (product image)

Variabel bebas (X2) ialah Fasilitas yang memiliki indikator sebagai berikut :

1. Kelengkapan,
2. kebersihan,
3. kerapian fasilitas yang ditawarkan,
4. Kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan, dan
5. Kemudahan menggunakan fasilitas yang ditawarkan Kepuasan.

Variabel bebas (X3) ialah kualitas pelayanan yang memiliki indikator sebagai berikut::

1. Keberwujudan
2. Reliabilitas,
3. Daya Tanggap,
4. Jaminan,
5. Empati.

3.2.1.2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau terikat ialah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas menurut (Sugiyono, 2014). Berikut Indikator variable terikat (Y) yaitu:

1. Memiliki keinginan untuk membelinya kembali di masa yang akan datang
2. Mereferensikan secara total esistensi perusahaan
3. Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan

4. Merefereasikan produk kepada orang lain
5. Menilai positif mengenai kualitas pelayanan

Dari seluruh pengertian variabel dan indikator atau skala pengukuran data dilihat di tabel 3.1 keseluruhan:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Citra Merek (X ₁)	Suatu fungsi atau kemampuan produk dalam melaksanakan gunaannya berupa daya tahan, kemudahan pengoperasian, dan perbaikan bahkan atribut produk bernilai lainnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Citra Pembuat 2. Citra Pemakai 3. Citra Produk (Wasiman, 2017). 	Likert
2.	Fasilitas (X ₂)	Suatu kegiatan marketing yang dilakukan perusahaan untuk memberitahukan, membujuk mempengaruhi, kepada para konsumen tentang produk perusahaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemikiran/perencanaan spasial 2. Perancangan tempat 3. Perlengkapan/perabotan 4. Tata cahaya dan corak 5. Pesan yang disampaikan ilustratif 6. Elemen pendukung (Nadianingrum & Asron, 2020) 	Likert
3.	Kualitas Pelayanan (X ₃)	Proses keputusan pembelian tidak hanya sekedar mengetahui berbagai faktor yang akan mempengaruhi pembeli, tetapi berdasarkan peran dalam pembelian dan keputusan untuk membeli.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keberwujudan 2. Reliabilitas 3. Daya tanggap 4. Jaminan 5. Empati (Tatik suryani, 2017) 	Likert

Lanjutan Tabel 3.1

3.	Loyalitas Pelanggan (Y)	Suatu keputusan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk untuk dikonsumsi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki niat dengan membelinya kembali di masa mendatang. 2. Merekomendasikan dengan keseluruhan eksistensi perusahaan. 3. Resistensi terhadap pengaruh hal buruk bagi perusahaan. 4. Merekomendasikan pelayanan untuk orang lain 5. Penilaian positif kualitas pelayanan secara aktif. (Dhisma chrismastuty, Rahayu Triastity, 2017)	Likert
----	-------------------------	---	---	--------

Sumber : Data Diolah.,2020

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Pandangan (Sugiyono, 2014:80) pada populasi adanya obyek atau subyek pada wilayah generalisasi yang berkualitas dan mempunyai karakter tersendiri yang sudah ditentukan oleh peneliti yang kemudian dianalisa, dipelajari, dan menarik kesimpulan. atas hal tersebut. Populasi pada penelitian ini berdasarkan data yang telah didapatkan maka jumlah populasi dalam penelitian di Jhon *Barbershop* periode Maret – Agustus 2020 sebanyak 2.360 Pelanggan sebagai populasi dalam penelitian tersebut.

3.3.2. Sampel Penelitian

(Sugiyono, 2014) Sampel suatu bagian populasi mempunyai fungsi dalam penelitian, hasil nya mewakili seluruh petunjuk yg di amati. Sampel di ambil dari

populasi yang sesuai (representatif) dan bersangkutan pelanggan Jhon *Barbershop* menjadi sampel dalam penelitian ini. Jumlah populasi Jhon *Barbershop* adalah 2.360 pelanggan.

Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian Jhon *Barbershop* terlalu banyak, keterbatasan waktu, tenaga dan biaya maka peneliti menggunakan rumus *slovin* untuk penelitian lebih mudah. dalam menentukan sampel pada penelitian ini, *Slovin* memberikan keringanan ketidaktelitian yang disebabkan kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransikan. Nilai toleransi yang diberikan adalah 10% atau sama dengan 0,1. Rumus yang digunakan yaitu (Anwar Sanusi, 2011):

$$n = \frac{N}{1 + n\alpha^2}$$

Rumus 3. 1 Rumus Slovin

Sumber: (Anwar Sanusi, 2011:101)

Dimana :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Toleransi ketidaktelitian 10%

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dengan menggunakan rumus *slovin*, ukuran sampel dihitung menjadi :

$$n = \frac{N}{1 + n\alpha^2}$$

$$n = \frac{2360}{1 + 2360 (0.1)^2} = 95,93$$

$$n = \frac{2360}{1 + 2360 (0.01)}$$

$$n = \frac{2360}{1 + 23,6}$$

$$n = \frac{2360}{24,6}$$

$$n = 95,93$$

Diperoleh hasil jumlah sampel (n) adalah sebanyak 95,93 maka peneliti bulatkan menjadi sebanyak 100 sampel. Maka jumlah sampel yang peneliti pakai adalah sebanyak 100 responden.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

3.4.1. Sumber Data

Data yang di gunakan bersumber dari data primer dan data sekunder, penjelasan tentang data yang tertera ialah:

1. Data Primer menunjukkan perolehan langsung data dari lapangan, pengumpulan informasi melalui pihak yang bersangkutan berwujud kuesioner dibuat oleh peneliti bertumpu parameter tiap variabel. (prof.Dr.Sugiyono., 2014:225)
2. Data Sekunder atau sumber sekunder pandangan (prof.Dr.Sugiyono., 2014:225) yakni data peneliti yang sumbernya tidak langsung atau melalui berbagai macam media yang memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian dengan kuesioner dan tinjauan pustaka. Untuk data primer peneliti menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan tetap maupun pelanggan tidak tetap yang datang ke *Jhon Barbershop*. Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan rumusan masalah penulis. Untuk data sekunder penulis mengumpulkan data dari melalui internet, buku-buku yang menjadi referensi peneliti, data internal perusahaan beserta data atau dokumen lain yang mendukung penulis dalam melakukan penelitian.

3.4.2. Pengumpulan Data

Penggunaan alat saat pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner untuk pengumpulan jawaban dan responden. Peneliti akan mendistribusikan kuesioner kepada Pelanggan *Jhon Barbershop*.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut (prof.Dr.Sugiyono., 2014: 134) pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok individu mengenai fenomena sosial menggunakan skala likert.

Tabel 3. 2 Skala Likert

No	Skala Likert	Kode	Nilai
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Ragu-Ragu	RG	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

3.5. Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif analisis data ialah aktivitas menguji hipotesis atau mendapatkan jawaban rumusan masalah. Maka teknik analisis data kuantitatif menggunakan metode statistik. Menurut (prof.Dr.Sugiyono., 2014: 243). penggunaan regresi diterapkan di penelitian ini. Teknik statistik digunakan pada penelitian kuantitatif ini. Penelitian mengimplikasikan beberapa jenis statistic untuk penganalisan data yaitu statistik. deskriptif dan statistik inferensial, dan pada akhirnya menerapkan analisis data deskriptif.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Analisis ini didefinisikan penganalisan data yang telah dikumpulkan dengan mendefinisikan atau penggambaran sebuah data. Penelitian statistic dapat digunakan apabila pengkaji hendak mendeskripsikan data sampel tanpa adanya kesimpulan menurut (Sugiyono, 2014:147) dalam penelitian ini menggunakan alat bantu untuk menguji data yang terkumpul dan di analisis dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistic Package for the Social Sciences*) versi 25. Lalu digunakan untuk menghasilkan gambaran dan deskripsi jawaban dari responden terhadap variabel-variabel independen dan dependen dalam penelitian ini. Hasil kuesioner yang telah didistribusikan berdasarkan jawaban responden tersebut, maka peneliti menjelaskan hasil jawaban responden dengan rumus rentang skala, dan untuk mencari rentang skala adalah sebagai berikut:

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3. 2 Rentang Skala

Sumber: (Husein Umar, 2014:91)

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Responden

m = Jumlah Alternatif Jawaban

Berdasarkan rumus diatas, jadi rentang skala dapat dihitung yakni :

$$RS = \frac{100(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{400}{5}$$

$$RS = 80$$

Berdasarkan hasil rentang skala tersebut, maka jawaban responden yang sesuai akan dicantumkan tabel dibawah ini:

Tabel 3. 3 Kategori Rentang Skala Analisis Deskriptif

rentang / skala kategori	Kriteria
100 – 180	Sangat Tidak Baik / Sangat Rendah
181 – 260	Tidak Baik / Rendah
261 – 340	Ragu-Ragu / Sedang
341 – 420	Baik / Tinggi
421 – 500	Sangat Baik / Sangat Tinggi

Sumber : Peneliti,2020

3.5.2. Uji Kualitas Data

Dalam penelitian ini percobaan nilai dari data menggunakan uji validitas dan uji reabilitas yang berguna diketahuinya data yang di uji memenuhi syarat valid dan reliabel agar data akurat.

3.5.2.1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur variabel yang diukur secara tepat dan cermat. Validnya instrumen dianggap jika instrumennya mengukur yang seharusnya diukur (Anwar Sanusi, 2011: 76). Jumlah anggota sampel yang digunakan minimal 30 orang (prof.Dr.Sugiyono., 2014:125), maka akan dilakukannya uji validitas dengan memanfaatkan responden dari luar dengan menggunakan n=30. Uji ini mengaplikasikan Teknik korelasi *pearson product moment* dan rumusnya yaitu:

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i)(\sum x)}{\sqrt{[x \sum_1^2 - (\sum i)^2][n \sum_z^2 - (\sum x)^2]}}$$

Rumus 3. 3 Rumus Koefisien Korelasi

Sumber : (Wibowo, 2012:37)

Dimana :

- r_{ix} = Keofisien Korelasi
- i = Jumalh skor item
- x = Skor total item x
- n = jumlah banyaknya subjek

Untuk membuktikan nilai uji maka digunakan uji 2 sisi pada taraf signifikan 0,1 (Default SPSS). Uji 2 sisi memiliki nilai standart syarat penerimaan atau

penolakan data valid jika :

1. Apabila $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig 0,1) dapat diakui maka berkorelasi signifikan dengan total nilai item yang tertera dan kevaliditasan dinyatakan.
2. Apabila $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig 0,1) dengan begitu item di pernyataan menunjukkan tidak ada korelasi signifikan terhadap jumlah skor item tersebut, oleh karena dinyatakan item tidak valid.

Tabel 3. 4 Indeks Koefisien Validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber : (Sugiyono., 2014: 184)

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas mempunyai manfaat mengetahui alat pengumpulan data apakah data dasarnya memperlihatkan tingkat akurat, ukuran, stabil, dan konsistensi, alat tersebut mengungkapkan adanya ciri-ciri tertentu dari sekelompok orang meski waktu yang dilakukan dalam berbeda-beda.

Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau terpercaya apabila jawaban kuesioner individu konsisten tiap waktu. cara yang sering diterapkan untuk skala uji berupa skala likert (scoring scale), contohnya pengukuran untuk skala 1 – 5, 1

– 7. hasil koefisien alpha, data tersebut reliable jika r alpha positif dan r alpha $>$ r tabel $df = (a, n-2)$, SPSS memberikan kemudahan demi menghasilkan reliabilitas melalui dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Jika nilai (α) $>$ 0,60 maka suatu variabel dinyatakan reliable (Sanusi, 2011 :77). Berikut ini disajikan tabel angka indeks koefisiensi reliabilitas :

Tabel 3. 5 Indeks Koefisien Reliabilitas

Nilai Interval	Metode
<,20	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

Sumber : (Sanusi, 2011: 77)

Pada metode *cronbach's alpha* menerangkan pada kuesioner disebut reliabel apabila nilai reliabilitasnya $>$ 0,6. Dan jika koefisien apha Cronbach $<$ 0,6 maka kuesioner tidak reliable (Anwar Sanusi, 2011:81)

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

Dilakukan uji asumsi klasik yang bermaksud untuk memproses lebih lanjut data yang diperoleh dari tidak bisa menjadi bisa terpenuhi. Pemanfaattan uji asumsi klasik pada penelitian tersebut yakni uji normalitas data, uji multikonoliritas dan uji heteroskedastisitas.

3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna dalam melakukan uji apakah di model regresi, variable pengganggu atau residual terdistribusi normal atau tidak, diketahui jika uji

t dan uji F mempunyai asumsi bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal, apabila pengasumsian ini tidak di taati mengakibatkan uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang sedikit. Pendeteksian normalitas dapat dilihat melalui grafik histogram mengenai residualnya. Dan dapat juga di temukan melalui penggunaan uji Kolmogorov smirnov. (Ghozali, 2016:154). Tingkat signifikan yakni 5% (0,05) maka jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > nilai signifikan 5% terdistribusi normalnya menerangkan variabel residual menurut (Viny Amelia, 2017)

3.5.3.1.Uji Multikolinieritas

Uji yang dimanfaatkan untuk memastikan apakah didalam varibael bebas terdapat terdapat interkorelasi atau kolinieritas. Kemudian (Anwar Sanusi, 2011:136) mengungkapkan untuk melihat multikolinieritas bisa dilaksanakan lewat hasil analisis regresi yakni nilai *Variance Inflating Factor* (VIF). apabila nilai VIF >10 dengan begitu tingginya gejala multikolinieritas.

$$VIF = \frac{1}{1 - R_2^2}$$

Rumus 3. 4 Varians Inflating Factor

Sumber : (.Sugiyono., 2014: 136)

Dimana :

VIF = *Varians inflating factor*

R^2 = Koefisien Determinasi

3.5.3.2. Uji Heterokedastisitas

Menurut (Sujarweni, 2015) mengemukakan, uji heterokedastisitas muncul jika varians dan kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua variabel bebas. Pengujiannya bisa diterapkan dengan menggunakan uji glejer yakni menguji tingkat signifikannya. Pengujiannya dilakukan untuk tanggapan variabel x sebagai variabel indeviden dengan nilai *absolut unstandardized* residual regresi sebagai variabel dependen. Jika terjadi nilai signifikan tiap-tiap variabel melebihi 0,05, maka gejalanya tidak muncul.

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Anwar Sanusi, 2011:134-135) Analisis ini yaitu perluasan dari analisis regresi sederhana, dengan cara menambahkan jumlah variabel dependen yang semula satu menjadi dua atau lebih variabel dependen.

Penelitian ini mempunyai 1 variabel terikat yakni loyalitas pelanggan dan 3 variabel bebas yaitu citra merek, fasilitas dan kualitas pelayanan. maka regresi linier berganda bisa dikatakan dalam persamaan sebagai berikut ini:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Rumus 3. 5 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Anwar Sanusi, 2011: 135)

Dimana :

Y = Loyalitas Pelanggan

α = Nilai konstan

$b_1 b_2 b_3$ = Nilai koefisien regresi

x_1 = citra merek

x_2 = fasilitas

x_3 = kualitas pelayanan

3.5.4.2 Uji Determinan (R^2)

(Sujarweni, 2015:164) mengemukakan Uji koefisien determinan atau kata lain R Square, mempunyai tujuan untuk membuktikan manakah model yang menjelaskan kondisi aktualnya. Koefisien dapat didefinisikan dengan nilai presentase keraguan pada Y (variabel terikat) dan dijelaskan pada X (vaiabel bebas).

3.5.5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis memiliki arti sama dengan pengukuran tingkat signifikansi koefisien regresi linier berganda dengan cara relevan yang terkait dengan pernyataan hipotesis penelitian (Anwar Sanusi, 2011:144). metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji T dan uji F.

3.5.5.1 Uji T

Uji yang dilakukan menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabael terikat dimana mebuktikan adanya hipotesis terkait rata-rata populasi. Syarat dalam pengujian data tersebut ialah mesti berskala rasio atau interval bahkan berdistribusi normal.

Rumus untuk menghitung uji T ialah :

$$t = \frac{\bar{x} - \mu_0}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

Rumus 3. 6 Uji T

Sumber : (Sugiyono, 2014: 178-179)

Keterangan :

t = Nilai T Yang Dihitung

\bar{x} = Rata-rata \bar{x}

μ_0 = Nilai yang dihipotesiskan s = Simpangan Baku

n = jumlah anggota sampel

Selanjutnya perbandingan nilai dari t_{hitung} dan t_{tabel} pada taraf kesalahan (Sugiyono, 2012: 128) uji ini menggunakan pedoman:

1. H_0 diterima dan H_a ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$
2. H_0 ditolak dan H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$

3.5.5.2 Uji F (Simultan)

Tujuan dilakukan uji F adalah untuk menguji pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat, jadi rumus mencari nilai F yakni:

$$F = \frac{MK_{ant}}{MK_{dal}}$$

Rumus 3. 7 Uji F

Sumber : (Sugiyono, 2014:171)

Keterangan :

F = Nilai F yang dihitung

MK_{ant} = Mean kuadrat antar kelompok

MK_{dal} = Mean kuadrat dalam kelompok

Selanjutnya besaran f hitung tersebut akan di cocokkan dengan nilai f tabel, dk pembilang ($m - 1$) dan dk penyebut ($N - 1$). cara yang di pakai untuk pengujian ini ialah F hitung lebih kecil daripada F tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak dan jika F hitung lebih besar dari F tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Dilakukannya penelitian ini kepada pemilik Jhon *Barbershop*. Lokasi yang menjadi objek penelitian penulis adalah di Jhon *Barbershop* yang berada di Glori Legenda Center Point Blok B no. 7, Kel; Baloi Permai, Kec ; Batam Kota, Kota Batam. Nomor telephone : 0812-6705-1464.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Tabel 3. 6 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Waktu Kegiatan																			
	Sep 2020				Okt 2020				Nov 2020				Des 2020				Jan 2021			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul		■	■																	
Bab I			■	■	■	■														
Bab II					■	■	■													
Bab III								■	■											
Kuesioner									■	■										
Pengolahan Data											■	■	■	■						
Bab IV														■	■	■				
Bab V																	■	■	■	■
Abstrak																				■
Finalisasi																				■

Sumber : Data Diolah,2021