



## **LAPORAN PENELITIAN**

### **JUDUL:**

**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan  
Pembelian Tolak Angin Sidomuncul Pada Masyarakat Kabupaten Kediri**

### **Oleh:**

Issabela Tetania Nur Alivia

(2312010001)

Dr. Ismayantika Dyah Puspasari, S.E, M.B.A

(0706108902)

Rino Sardanto, S.pd, M.pd

(0730127403)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
JUNI 2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

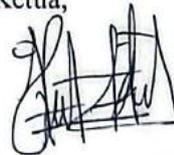
1. Judul Penelitian : Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tolak Angin Sidomuncul Pada Masyarakat Kabupaten Kediri
2. Ketua
  - a. Nama Lengkap : Issabela Tetania Nur Alivia
  - b. NPM : 231201001
  - c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
  - d. Alamat Rumah : Dsn. Pojok rt. 001/rw 001 Ds Tiron Kec. Banyakan Kab. Kediri
  - e. Telp./HP : 085735511665
  - f. Email : komistena@gmail.com
3. Jangka waktu Penelitian : 1 bulan
4. Pembiayaan :
  - a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
  - b. Dari sumber lain : Rp 10.000.000
  - Jumlah Seluruhnya : Rp 10.000.000

Mengetahui,  
Kaprodi Manajemen



Restin Mcilina, M.M.  
NIDN. 0721058605

Kediri, 11 Juli 2025  
Ketua,



Issabela Tetania Nur Alivia  
NPM. 2312010001

Menyetujui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Amin Tohari, M.Si.  
NIDN. 0715078102

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa,berkat rahmat, hidayah dan Karunia-Nya penulis dapat melaksanakan Penelitian dengan lancar tanpa halangan yang berarti. Laporan berjudul “ Pengaruh Citra Merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tolak Angin Sidomuncul Pada Masyarakat Kabupaten Kediri” ini disusun berdasarkan pengamatan penulis selama melaksanakan Penelitian di Toko Nur Kholis.

Dalam penyelesaian penyusuna Laporan Penelitian ini, penulis mendapat dukungan moral, motivasi dan material dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan izin dan fasilitas dalam penyusunan skripsi ini
2. Ismayantika Dyah SE.,M.B.A selaku Dosen Pembimbing utama yangtelah memberikan bimbingan serta masukan dalam penyusunan skripsi ini
3. Rino Sardanto, M.Pd selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan dukungan dan koreksi dalam proses penyelesaian skripsi ini
4. Ema Nur Zainul H., M.M. selaku pemberi saran dan motivasi saat melakukan penelitian
5. Ibu Sri Hartatik atas doa, dukungan moral dan material
6. Teman temanku lusiana, agis, yanuar, andi,ario dan anggi martha yang telah memberi masukan saat mengerjakan penelitian.

Laporan Penelitian ini disusun dengan harapan agar bermanfaat bagi semua pembaca pada masa mendatang.

Kediri, 11 Juli 2025

Penulis



Issabela Tetania Nur Alivia

## RINGKASAN

Penelitian ini menganalisis apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel citra merek dan kualitas produk secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian Tolak Angin Sidomuncul. Dari perbedaan hasil yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih dalam pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di toko Nur Kholis. Kuesioner diukur dengan skala likert yang diperoleh 40 responden pelanggan Tolak Angin Sidomuncul di wilayah Kabupaten Kediri sebagai sampel penelitian yang dipilih secara insidental sampling. Data yang diperoleh dianalisis dengan Analisis Regresi Linier Berganda untuk dapat menjawab pertanyaan penelitian. Analisis Regresi Linier Berganda dilakukan setelah memenuhi uji validitas dan reliabilitas uji asumsi klasik. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel citra merek dan kualitas produk secara simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian Tolak Angin Sidomuncul. Citra merek dan kualitas produk menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk. Penelitian ini memberikan implikasi dari citra merek dan kualitas produk seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini hanya membahas pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, serta jumlah sampel yang diteliti terlalu sedikit.

**Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Penelitian .....	4
<b>BAB II</b> .....	<b>5</b>
<b>KAJIAN TEORI</b> .....	<b>5</b>
A. Keputusan Pembelian .....	5
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	5
2. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	5
3. Indikator Keputusan Pembelian.....	6
4. Penelitian Terdahulu.....	6
B. Citra Merek .....	7
1. Pengertian Citra Merek.....	7
2. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	8
3. Indikator Citra Merek.....	8
4. Penelitian Terdahulu.....	9
C. Kualitas Produk.....	10
1. Pengertian Kualitas Produk.....	10
2. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	10
3. Indikator Kualitas Produk.....	10
4. Penelitian Terdahulu.....	11
<b>BAB III</b> .....	<b>13</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>13</b>
A. Deskripsi Metode Penelitian.....	13
B. Rincian Proses Pengumpulan Data.....	13

C. Sasaran Penelitian.....	14
D. Instrumen Penelitian.....	14
E. Prosedur Analisis.....	16
<b>BAB IV.....</b>	<b>21</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>21</b>
A. Hasil Penelitian.....	21
1. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	21
2. Analisis Data.....	21
1) Uji Asumsi Klasik.....	21
2) Analisa Regresi Linier Berganda.....	25
3) Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	26
4) Uji Hipotesis .....	27
B. Pembahasan .....	28
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
3. Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
<b>BAB V .....</b>	<b>31</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>31</b>
A. Kesimpulan.....	31
B. Saran.....	31
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>33</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Penjualan Obat Herbal .....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Keputusan Pembelian .....	6
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Citra Merek .....	9
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Kualitas Produk .....	11
Tabel 3.1 Keterangan Skala Likerd .....	14
Tabel 3.2 Kisi Kisi Instrumen .....	15
Tabel 3.3 Uji Validitas .....	16
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas .....	16
Tabel 4.1 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	23
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolonieritas .....	24
Tabel 4.3 Hasil Uji Analisi Regresi Linier Berganda .....	26
Tabel 4.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	27
Tabel 4.5 Hasil Uji t .....	27
Tabel 4.6 Hasil Uji f .....	28

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Histogram .....	22
Gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot .....	22
Gambar 4.3 Scatterplot .....	25

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian.....	37
Lampiran 2 Surat Balasan Telah Melakukan Penelitian.....	38
Lampiran 3 Instrumen Penelitian.....	39
Lampiran 4 Tabulasi Angket.....	41
Lampiran 5 Dokumentasi.....	50
Lampiran 6 Artikel Yang Dipublish.....	51

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sistem pengobatan alternatif berbasis jamu Indonesia akhir-akhir ini menjadi semakin populer. Jamu tradisional terus menjadi bagian penting dari sistem perawatan kesehatan di Indonesia. Menurut Kementerian Kesehatan, sekitar 32% penduduk Indonesia bergantung pada obat herbal. di beberapa suku di Indonesia, salah satunya adalah suku Jawa memiliki ramuan jamu yang disebut jamu yang diwariskan dari warisan leluhur dan telah menjadi budaya mengonsumsi jamu untuk obat-obatan. Komposisi jamu umumnya terdiri dari rempah-rempah dan bahan alami yang memiliki efek samping minimal dibandingkan dengan obat kimia, cara pembuatannya juga tergolong tradisional dengan cara dihancurkan, direbus, atau dipanggang. Selain perawatan medis konvensional, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) sekarang mengakui pengobatan herbal sebagai pilihan yang layak untuk meningkatkan kesehatan masyarakat. Dokter di beberapa negara merekomendasikan pengobatan herbal (Maulan, 2022)

Pergantian musim sering menyebabkan orang masuk angin. Meskipun tidak ada istilah untuk pilek dalam pengobatan, orang menggunakan istilah tersebut untuk merujuk pada penyakit dengan gejala muntah, mual, demam, dan perut kembung. Orang biasanya lebih memilih membeli obat flu cair karena dianggap praktis daripada harus pergi ke dokter, produk tersebut mudah dibeli di berbagai toko dan apotek. Harga yang dikeluarkan juga tergolong murah, mulai dari 2000 hingga 4000 rupiah. Banyaknya merek jamu yang mengeluarkan varian yang sama membuat persaingan di industri jamu di Indonesia ketat.

Berikut data Top Brand Index 5 tahun terakhir pada kategori obat herbal masuk angin :

**Tabel 1. 1 Top Brand Penjualan Obat Herbal**

<b>Merek</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
Tolak Angin Sidomuncul	48,30%	53,40%	51,30%	54,50%	53,90%
Antangin	40,60%	37,70%	35,60%	34,80%	31,70%
Bintang Toedjoe	5,00%	5,20%	6,40%	5,70%	6,30%

Sumber : Top Brand Index (Index, 2024)

Seperti yang ditunjukkan pada tabel 1 Top Brand Index dengan kategori obat flu, menunjukkan bahwa pada tahun 2020 memperoleh persentase sebesar 48,30%, pada tahun 2021 meningkat menjadi 53,40%. Pada tahun 2022 turun sebesar 51,30%, pada tahun 2023 meningkat dan naik 54,50%. Hingga tahun 2024, akan terjadi penurunan sebesar 53,90%. Dari nilai Top Brand Index, Tolak Angin Sidomuncul mengalami penurunan penjualan sementara persentase kompetitor meningkat, yang berarti pembeli mulai beralih ke produk kompetitor. Meski begitu, Tolak Angin Sidomuncul mendominasi pangsa pasar dengan memiliki persentase lebih dari 50% selama 4 tahun terakhir. Selama beberapa dekade, Sidomuncul telah menjaga kualitas produknya dengan baik, memastikan bahwa standar mutu terjaga dari proses peracikan produk menggunakan bumbu berkualitas dan mesin pengemas berstandar nasional (Sidomuncul, 2025). Jargon "Orang Pintar Minum Tolak Angin" adalah identitas merek produk untuk memberikan kesan eksklusif kepada calon pembeli produk Tolak Angin dibandingkan dengan produk lainnya. Dari uraian diatas, jelas bahwa Tolak Angin Sidomuncul harus menjaga citra merek dan kualitas produknya jika ingin mengalami peningkatan penjualan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Apriani & Bahrin, 2021) yang berjudul "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maskara Maybelline" menunjukkan hasil Citra Merek dan Kualitas Produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Menurut (Cahaya et al., 2023) Keputusan Pembelian didefinisikan sebuah proses pengambilan Keputusan yang diawali dengan pengenalan masalah kemudian mengevaluasinya dan memutuskan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan. Dalam membuat keputusan, konsumen tidak

langsung menetapkan pada saat itu juga dan dengan dirinya sendiri. (Kotler and Amstrong, 2018) menambahkan bahwa keputusan pembelian konsumen melalui lima tahapan proses yang dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif pilihan, pengambilan keputusan, lalu perlakuan pasca pembelian berdasarkan pengalaman dan dampak yang dialami.

Hasil Penelitian yang dilakukan (Apriliani et al., 2022) yang berjudul “Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian” yang menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan sebesar 0,032. Citra Merek merupakan nama, istilah, simbol, tanda, dan desain yang digunakan oleh perusahaan untuk membedakan produk dengan para pesaing (FIRMANSYAH, 2019). Kekuatan merek menjadi tolok ukur bagi sebuah merek untuk berhasil membuat produk. Sebuah merek diperlukan untuk identitas produk dan menjadi pembeda dengan lainnya. (Sardanto et al., 2018)

Penelitian yang dilakukan (Lestari, 2022) yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Toko Sembako Mentari Di Jakarta Selatan Terhadap Keputusan Pembelian” menunjukkan hasil Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Produk merupakan elemen lain yang berperan dalam pilihan konsumen untuk membeli. Pertimbangan pertama dan terpenting saat membuat produk adalah kualitasnya. Sesuai dengan kebutuhan dan rencana konsumen, produk berkualitas tinggi adalah produk yang dikirimkan sesuai dengan daya dukung produk (Kotler and Amstrong, 2018). Bahan berkualitas tinggi adalah dasar untuk produk berkualitas tinggi. Minat konsumen terhadap suatu produk berbanding lurus dengan kualitasnya.

Berdasarkan uraian diatas, dalam penelitian ini peneliti menggunakan faktor faktor seperti citra merek dan kualitas produk untuk mengetahui pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tolak Angin Sidomuncul. Alasan peneliti menggunakan faktor seperti citra merek dan kualitas produk karena diduga produk ini dapat menciptakan kualitas dan memenuhi harapan konsumen dengan citra merek sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, terbukti dengan menguasai pangsa pasar penjualan obat masuk angin (Index, 2024) Obat herbal, dan khususnya

Tolak Angin Sidomuncul, menjadi subjek penelitian ini. Penelitian ini mengamati masyarakat di wilayah Kabupaten Kediri. Sehingga penelitian ini membuahkan hasil, "**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tolak Angin Sidomuncul Pada Masyarakat Kabupaten Kediri**"

## **B. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan yang ingin dicapai, yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Tolak Angin Sidomuncul.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Tolak Angin Sidomuncul.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis hubungan citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M., & Sumantri, B. A. (2021). KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA CRF 150L PADA KOMUNITAS KRACKER NGANJUK BERDASARKAN PERTIMBANGAN KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi, I*, 6.
- Apriani, S., & Bahrun, K. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MASKARA MAYBELLINE*. 14–25.
- Apriliani, R., Ardiyanti, Y., Efendi, B., & Nurhayati, E. C. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pembeli Kopi Bowongso di Kabupaten Wonosobo). *Jamasy : Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2, 100–108.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran* (putri ayu citra ardian (ed.); 1st ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- Cahaya, Y. F., Narwastu, C. I., & Winarti, E. (2023). *KEPUTUSAN PEMBELIAN Tinjauan Endorsement Influencer dan Daya Tarik Melalui Hubungan Parasosial* (T. K. C. A. Rizky (ed.); Pertama). CV. AA. RIZKY.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan* (Arfah (ed.); Pertama). Global Research and Consulting Institute.
- Dwi Indah Utami, & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualiatas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 102–111. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159>
- FIRMANSYAH, A. (2019). *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK PLANNING & STRATEGY* (Q. Media (ed.); pertama). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universita Diponogoro.
- Index, T. B. (2024). *Top Brand Index*. Frontier. <https://www.topbrand-award.com/faq-top-brand-award>

- Kotler & Keller, Philip K. Lane. (2016). *Marketing Management by Kevin Lane Keller, Philip Kotler (z-lib.org)* (S. Wall (ed.); 15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler and Armstrong, P. G. (2018). *Principles of Marketing* (L. Albelli (ed.); 17th ed.). Pearson Education, Inc.
- Lestari, Ella Ratna. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Toko Sembako Mentari di Jakarta Selatan Terhadap Keputusan Pembelian*. 1–23. file:///C:/Users/Asus/Downloads/372-Article Text-530-1-10-20230513 (2).pdf
- Mahendra, M. I., HAKIMAH, E. N., & RATNANTO, S. (2023). Pengaruh Brand reputation, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Thrifting di Toko AG Second Kediri. *Repositori Unp Kediri*.
- Mardiatmoko, G. (2020). PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA (STUDI KASUS PENYUSUNAN PERSAMAAN ALLOMETRIK KENARI MUDA [CANARIUM INDICUM L.]). *BAREKENG: JURNAL ILMU MATEMATIKA DAN TERAPAN*, 14. <https://doi.org/https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Maulan, A. (2022). *Menakar Prospek Obat Herbal di Indonesia*. Universitas Padjadjaran. <https://www.unpad.ac.id/2022/05/menakar-prospek-obat-herbal-di-indonesia/>
- Mirnanda Veronica, C., Subagyo, & Purnomo, H. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL IPHONE. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3, 919–927.
- Mutmainah, M. I. (2024). *Analisis DATA KUANTITATIF* (H. Warnaningtyas (ed.); pertama). Lakeisha.
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8, 9.
- Romadhona, R. W. (2021). Judul : Analisis Kualitas, Produk Citra Merek, Promosi

terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Professional MILD 16 PT. Gudang Garam TBK di kota Nganjuk Jawa Timur (studi pada warga dikota Nganjuk, Jawa Timur. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6, 4.

- Sardanto, R., Meilina, R., & Muslih, B. (2018). *MEMBANGUN PERSEPSI PUBLIK MELALUI CITY BRANDING* (D. A. Septi Fauji (ed.)). Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Sidomuncul. (2025). *Kualitas & Keamanan Produk*. Sidomuncul Store. [https://www.sidomuncul.co.id/id/quality\\_safety.html](https://www.sidomuncul.co.id/id/quality_safety.html)
- Sugiyono. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). ALFABETA.
- Tjiptono, fandy. (2016). *Service, Quality and satisfaction* (putri ayu citra Ardhian (ed.); 4th ed.). CV andi offset.
- Tohari, A., & Bhirawa, S. W. S. (2023). *APLIKASI SPSS 25.0 Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Wardhana, A. (2024). *BRAND MANAGEMENT IN THE DIGITAL ERA* (M. Pradana (ed.); pertama). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Widana, W., & Muliani, P. L. (2020). *UJI PERSYARATAN ANALISIS* (T. Fiktorius (ed.)). KLIK MEDIA.
- Zulfikar, R., Sari, F. P., & Fatmayati, A. (2024). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF TEORI, METODE DAN PRAKTIK* (E. Damayanti (ed.); pertama). WIDINA MEDIA UTAMA.