



# **PREFERENSI MAHASISWI DALAM MEMILIH HIJAB**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Oleh**

**NELIS ADELSI**

**NPM. 21901081519**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
MALANG  
2023**

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Preferensi mahasiswi dalam memilih hijab studi kasus pada Mahasiswi Universitas Islam Malang. Populasi dalam penelitian ini sejumlah 2.071 mahasiswi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling* dan diperoleh 95 mahasiswi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa, Mahasiswi cenderung memilih hijab Pasminah dengan nilai utilitas sebesar jika dibandingkan dengan empat level atribut lainnya yaitu hijab segiempat, hijab segitiga, hijab plisket, hijab syiriah, hijab khimar.

**Kata kunci:** Preferensi, Model Hijab, Bahan Hijab, Warna Hijab, Motif Hijab, Harga Hijab, Kualitas Hijab.



### **ABSTRACT**

*This research was conducted to find out the preferences of female students in choosing hijab case study on students Islamic University of Malang. The population in this study was 2,071 female students. The sampling technique used was Purposive Sampling and obtained 95 female students. The data collection method used is the distribution of questionnaires. The results showed that, female students tend to choose Pasminah hijab with a utility value of when compared to four other attribute levels, namely quadrilateral hijab, triangle hijab, plisket hijab, h ijab shiria, khimar hijab.*

**Keywords:** *Preferences, Hijab Model, Hijab Material, Hijab Color, Hijab Motif, Hijab Price, Hijab Quality.*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Hijab merupakan komponen penting bagi perempuan dan dimaknai bukan hanya sebagai penutup aurat, melainkan juga sebagai simbol ketaatan untuk Wanita Muslimah menyempurnakan rukun keimanannya. Dalam aturan Islam, hijab menjadi sebuah kewajiban bagi semua muslimah untuk memakainya bahkan perempuan dari agama lain, seperti Yahudi pun memakai penutup kepala saat keluar rumah sebagai lambang kehormatan. Hijab merupakan salah satu *fashion* item yang populer dan dibutuhkan oleh masyarakat muslim. Dahulu hijab hanya digunakan sebagai penutup kepala yang seringkali dianggap kuno dan tidak *fashionable*. Kini, hijab berkembang menjadi *trend fashion* di dunia model sehingga perempuan berhijab dapat tetap tampil *fashionable*, modis, dan *stylish*. Seperti dikatakan oleh (Anafarhanah 2019), hijab juga menjadi bagian penting dari sebuah busana (*fashion*).

Jenis model *fashion* muslimah ini mudah untuk dipadu-padankan pada kesempatan apapun (Asmita & Erianjoni, 2019). Didukung oleh peningkatan preferensi masyarakat sehingga tercipta keberagaman untuk memenuhi permintaan maka *fashion* muslimah seperti hijab mulai banyak berkembang karena sebagian masyarakat muslim kini mulai sadar untuk memilih produk yang memenuhi syariat islam (Faried 2019). Pemilihan *fashion* hijab dapat dipengaruhi oleh preferensi masing-masing dengan selera yang berbeda, kemampuan atau lain sebagainya. Berikut contoh jenis gambar yang menjadi preferensi mahasiswi



Gambar 1.1 Sumber:  
<https://pin.it/7nVRCXD>

Melihat fenomena sekarang ini dimana hijab juga merupakan salah satu *fashion* maka sering kita temui gerai yang menjual hijab. Dalam hal menarik konsumen, produsen terus berlomba dalam menciptakan *style* hijab terbaru bahkan dengan nama yang unik agar mudah diingat pembeli. Berbagai macam para penjual hijab menjajakan dagangannya, mulai dari gerai toko, lapak dadakan dipinggir jalan, hingga berjualan dari rumah dengan memanfaatkan *smartphone* dan media sosial. (Rudi sojali., *et al* 2021)

Di era modern ini, industri *fashion* hijab mengalami perkembangan pesat dalam perkembangan *trend gaya fashion*. Setiap musim, model dan mode baru keluar, yang memengaruhi seberapa sadar konsumen terhadap mode, yang pada gilirannya memengaruhi seberapa banyak mereka mengenakan pakaian hijab (Edastami *et al*, 2019)

Gaya berpakaian dan gaya hidup seseorang tidak dapat dipisahkan sehingga memungkinkan untuk mengikuti tren *fashion*. Untuk mengembangkan preferensi yang cenderung Untuk memilih produk yang sesuai dengan perkembangan *fashion style* yang dimodifikasi, gaya hidup ini menuntut seorang individu untuk selalu mengikuti perkembangan *fashion style* saat ini. (Sukendro *et al*, 2016) dikutip dalam jurnal (Generasi, 2021).

Menuru (Rudi sojali., *et al* 2021) penelitian menunjukkan bahwa pembelian dilakukan oleh konsumen karena mengikuti trend hijab, hanya saja harganya relative murah, warna dan pilhan model hijab yang berbeda, sehingga dapat digunakan dalam kegiatan formal maupun informal, dan kualitas bahan hijab yang digunakan. Dampak dari fenomena tersebut bersifat positif dan negative, merupakan efek positif yaitu setiap anda membeli model hijab yang terkenal di masyarakat, hal ini juga akan berdampak negative yaitu masih banyak orang yang mengikuti pola desain hijab.

Berkaca dengan hadirnya fenomena-fenomena tersebut hijab yang dikenakan para Mahasiswi Universitas Islam Malang memang beragam adanya pemkaian hijab yang beragam model hijab, Bahan hijab, warna hijab, harga, motif hijab, dan Kualitas hijab. dalam penelitian ini tidak mengkaji organisasi-organisasi yang terkait, tetapi peneliti lebih fokus pada individu-individu wanita berhijab. hijab bukan hanya kewajiban tetapi juga hak, sehingga memahami makna hijab harus seimbang baik pada tataran kewajiban maupun pada tataran hak kita sebagai wanita, yakni sebagai pelindung dan sebagai identitas. Menurut (Khairun Nisa, *et al* 2017) Kini tidak sulit lagi menemukan perempuan muslim memakai jilbab dalam lingkungan kerja, di kampus atau sekolah, di mall-mall, bahkan untuk kegiatan olahraga tidak menghalangi perempuan memakai hijab. Banyak mahasiswi yang mengganti gaya kesehariannya dengan menggunakan jilbab, bahkan ibu-ibu kini bisa lebih berkreasi dalam berhijab untuk keseharian dan menghadiri acara-acara tertentu. Religius tetapi tetap tampil modis dan mengerti *fashion*. Jenis model jilbab sekarang semakin beragam dengan corak, model, warna yang elegan, dan aksesoris yang mendukungnya menjadi daya tarik yang menarik perhatian orang disekitarnya. Dengan menggunakan hijab kaum perempuan lebih kelihatan rapi,

bersih, cantik, elegan. Bergaya atau berpenampilan cantik tidak hanya menggunakan pakaian yang serba terbuka dan mini tetapi dengan gaya menutup aurat menggunakan hijab kita juga bisa berpenampilan cantik, modis, dan mengikuti perkembangan *fashion* terkini. Wanita berhijab sebagai subjek dan objek transformasi dapat mentransformasikan pemahamannya dari hijab masa kini ke pemahaman hijab yang diperintahkan Islam sehingga ini menarik dan unik untuk diteliti. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan ini melalui suatu penelitian dengan formulasi judul:

### **Referensi Mahasiswi Dalam Memilih Hijab**

#### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana preferensi mahasiswi terhadap hijab dengan menggunakan metode analisis konjoin?
2. Bagaimana nilai kepentingan masing-masing atribut berdasarkan Model, bahan, warna, motif, harga dan Kualitas? ★★
3. Bagaimana signifikansi ketepatan prediksi konsumen dalam memilih Hijab?

#### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, di atas tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis preferensi mahasiswi terhadap hijab dengan analisis konjoin
2. Menganalisis nilai kepentingan masing-masing seperti Model, bahan, warna, motif, harga, dan kualitas
3. Menganalisis signifikansi ketepatan prediksi mahasiswi dalam

memilih hijab

#### 1.4 Manfaat Penelitian

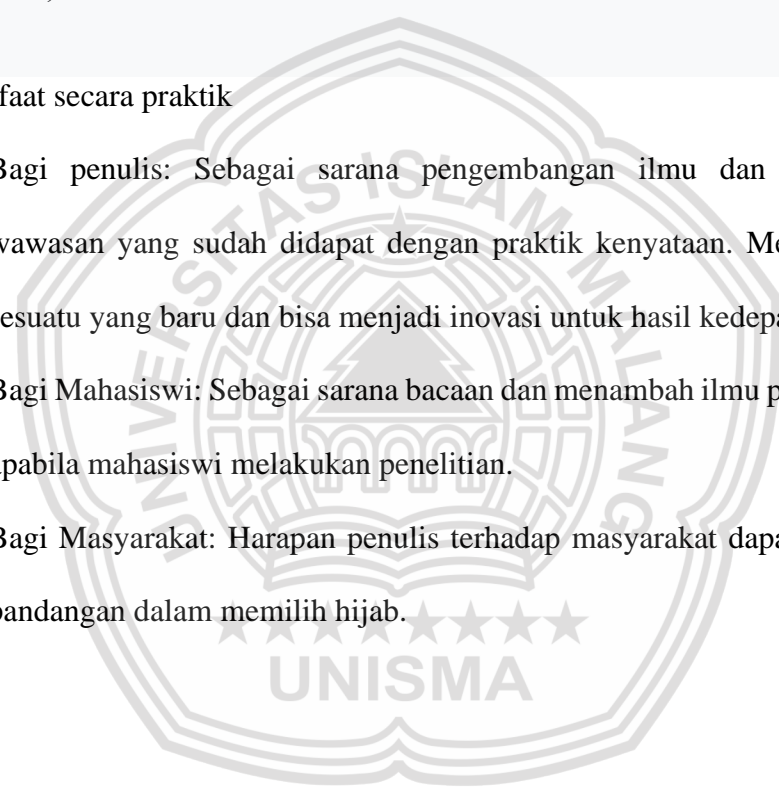
1. Manfaat diantisipasi dari temuan penelitian:

Teori mengatakan bahwa manfaat dapat memberikan informasi ilmiah dan menumbuhkan kreativitas, terutama dalam penelitian yang menggunakan analisis konjoin untuk mengetahui preferensi atau kelompok seseorang.

Bagikan, Peneliti.

2. Manfaat secara praktik

- a. Bagi penulis: Sebagai sarana pengembangan ilmu dan menambah wawasan yang sudah didapat dengan praktik kenyataan. Menghasilkan sesuatu yang baru dan bisa menjadi inovasi untuk hasil kedepannya.
- b. Bagi Mahasiswi: Sebagai sarana bacaan dan menambah ilmu pengetahuan apabila mahasiswi melakukan penelitian.
- c. Bagi Masyarakat: Harapan penulis terhadap masyarakat dapat dijadikan pandangan dalam memilih hijab.





## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai preferensi mahasiswi dalam memilih hijab

di Universitas Islam Malang, di mana atribut yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah enam atribut dengan taraf level atribut yang berbeda, yaitu yang pertama adalah model hijab dengan level Hijab segiempat, hijab pasmina, hijab segitiga, hijab segitiga, hijab plisket, hijab syiriah, hijab khimar. Atribut kedua yaitu bahan hijab dengan level atribut yaitu bahan lentur/ elastis, bahan kasar, bahan kaku, bahan licin, bahan mengkilap, bahan kusut, bahan tipis, bahan tebal. Atribut yang ketiga warna hijab dengan level atribut yaitu warna gelap, warna terang dan warna soft. Atribut yang keempat yaitu harga hijab dengan level atribut yaitu harga rendah, harga sedang, harga tinggi. Atribut yang kelima yaitu motif hijab, motif polos, motif bunga, motif abstrak, motif gradasi. Atribut yang keenam yaitu Kualitas hijab dengan level atribut yaitu premium, Reguler. Atribut tersebut diujikan kepada 95 rsponden yang sesuai dengan kriteria yang telah di tetapkan yaitu mahasiswi aktif Universitas Islam Malang, maka didapatkan kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Preferensi Mahasiswi Dalam Memilih Hijab denngan menggunakan analisis konjoin adalah dengan teknik analisis konjoin, dimana data sample yang diambil adalah preferensi Mahasiswi dalam memilih hijab dengan 95 responden. Tahapan yang dilakukan dalam analisis konjoin adalah membuat kombinasi dari taraf-taraf atribut atau merancang stimuli. Hasil yang terbrntuk dari suatu kombinasi atribut dapat dilihat banyaknya kombinasi yang terbentuk adalah 64 kombinasi.

2. Nilai kepentingan dari masing masing atribut adalah Berdasarkan hasil Dari Hasil Analisis Konjoin *importance values* Dapat disimpulkan dari ke enam Atribut yang dipilih bahan hijab sebagai atribut yang yang dianggapnya paling dengan presentase paling tinggi yaitu sebesar 34.337. Atribut kedua yaitu model hijab yang dianggap penting oleh mahasiswi dalam memilih hijab dengan presentase 20,155. Atribut ketiga yang dianggap paling penting adalah motif hijab nilai presentase yaitu 15.403. Atribut keempat dianggap penting oleh mahasiswi dalam memilih hijab yaitu harga hijan dengan presentase 13.880. Atribut kelima yaitu warna hijab peting dalam pemilihan hijab adalah atribut warna hijab dengan presentase 11,819. Atribut keenam yang dianggap penting oleh mahasiswi dalam memilih hijab yaitu kualitas hijab dengan presentase 4.405.
3. Signifikasi ketepatan prediksi konsumen dalam memilih Hijab adalah Dari Hasil Analisis Konjoin Nilai Utilitas *Overall Statistic* Pada atribut model hijab, Mahasiswi cenderung memilih hijab Pasminah dengan nilai utilitas sebesar (.020) jika dibandingkan dengan empat level atribut lainnya yaitu hijab segiempat dengan nilai utilitas (-.019), hijab segitiga dengan nilai utilitas (.009), hijab plisket dengan nilai utilitas (.007), hijab syiriah dengan nilai utilitas (-.024), hijab khimar yang bernilai utilitas (.007).

Pada atribut bahan,hijab nilai utilitas pada level bahan Lentur/elastis berada diposisi paling atas yaitu sebesar (.218), jika dibandingkan dengan tujuh level atribut lainnya yaitu bahan kasar nilai utilitas sebesar (-.044), bahan kaku nilai utilitas sebesar (.172), bahan licin nilai utilitas sebesar (-106), bahan mengkilap nilai utilitas sebesar (-.002), bahan kusut nilai utilitas sebesar (-.018), bahan tipis nilai utilitas sebesar (-.184) sedangkan bahan tebal nilai utilitas sebesar (-.036).

Atribut warna Hijab mahasiswi lebih memilih warna hijab gelap yang bernilai utilitas sebesar (.039) jika dibandingkan dengan dua level atribut lainnya yaitu warna terang (.008), warna soft (-.047)

Pada atribut harga hijab, nilai utilitas pada level harga tinggi yang bernilai utilitas yang paling atas yaitu (.059) jika dibandingkan dengan dua level atribut lainnya yaitu harga rendah (-.080), harga sedang (.024).

Pada atribut motif hijab, mahasiswi lebih memilih motif polos nilai utilitas sebesar yang paling atas yaitu (.059), jika dibandingkan dengan level atribut yang lain yaitu motif bunga (.032), motif abstrak nilai utilitas sebesar (-.090), motif gradasi nilai utilitas sebesar (-.001).

Pada atribut kualitas hijab, nilai utilitas terbesar pada level atribut Premium yaitu (.020) sedangkan level atribut Reguler nilai utilitas sebesar (-.020).

## 5.2 Keterbatasan penelitian

Pada penelitian ini tentunya memiliki keterbatasan yaitu:

1. Dalam penelitian ini Responden tidak sepenuhnya memahami mengenai maksud dari kuesioner penelitian, sehingga peneliti harus menjelaskan kepada responden dalam mengisi kuesioner
2. Dalam penelitian ini tidak semua orang bersedia untuk menjadi responden, sehingga proses pengumpulan hasil penelitian sedikit membutuhkan waktu yang lama.
3. Penelitian ini menemukan kesulitan pada referensi penelitian terdahulu dikarenakan minim penelitian tentang preferensi mahasiswi dalam memilih hijab.
4. Dalam penelitian ini kesulitan menemukan sumber-sumber preferensi jurnal dikarenakan minimnya penelitian yang serupa.

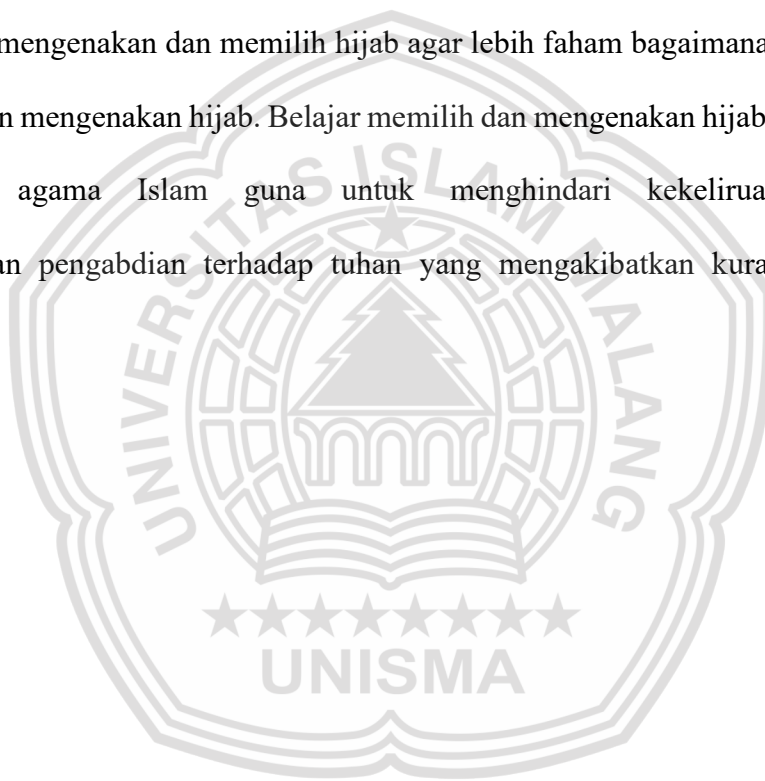
### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis memberikan saran dan masukan sebagai berikut:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi Peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan dengan tema yang sama, maka diharapkan untuk menambah atribut lainya yang selaras dengan keadaan disesuaikan dengan mahasiswi sehingga membuatnya lebih menarik.

2. Mahasiswi muslim seharusnya mengikuti atau mempelajari berbagai literatur mengenai kewajiban dalam mengenakan dan memilih hijab agar lebih faham bagaimana pentingnya dalam memilih dan mengenakan hijab. Belajar memilih dan mengenakan hijab yang sesuai dengan syariat agama Islam guna untuk menghindari kekeliruan didalam mengaktualisasikan pengabdian terhadap tuhan yang mengakibatkan kurangnya nilai ibadah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alawiyah, S., Handrianto, B., & Kania Rahman, I. (2020). Adab Berpakaian Wanita Muslimah Sesuai Tuntunan Syariat Islam. *Rayah Al-Islam*, 4(02), 218–228. <https://doi.org/10.37274/rais.v4i02.338>
- Anugraheni, D. T., & Kusdiartini, V. (2018). Preferensi Konsumen Terhadap Media Sosial dalam Mencari dan Membeli Produk secara Online. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(2), 8–17.
- Ariana, R. (2016). No Title No Title No Title. 1–23.
- Arijdina Amalia, S., & Christina Yanita Setyawati, dan. (2018). Eksplorasi Kondisi Kepuasan Konsumen Zenaide Hijab. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(4).
- Brier, J., & lia dwi jayanti. (2020). No Title. 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Change, G., Cimino, M., York, N., Alifah, U., Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A., Chinatown, Y., Staff, C., & Change, G. (2021). No Title. In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents (Vol. 3, Issue 2)*.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Isfar, F., & Widowati. (2020). Analisis Konjoin untuk Mengidentifikasi Preferensi Konsumen terhadap Busana Pesta di Butik Fenny Chen. *Fashion and Fashion Education Journal*, 9(1), 116–122.
- Khafidin. (2020). Konsep perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Journal Derivatif*, 10(1), 1–15. <http://eprints.umsida.ac.id/6801/>
- Lia, S. (2022). No Title 2005–2003, (8.5.2017)2, הארץ, הכי קשה לראות את מה שבאמת לנגד העיניים. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/autism-spectrum-disorders>
- Lustia, L., Noer, F., & Devi, R. (2016). Trend Pemakaian Hijab Ibu-ibu di Pusat Perbelanjaan Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga* 1.1, 1(1), 93–101. <http://jim.unsyiah.ac.id/pkk/article/view/573>
- MUAFIAH, A. F. (2019). No Title EΛENH. *Αγαη*, 8(5), 55.
- Mubarok, N. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(1), 73–92. <http://www.pekerjadata.com/2013/11/.html>
- Novianti, et al. (2018). Novianti et al., 90 – 108 *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Volume VIII, No. 1, Feb 2018. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, VIII(1), 90–108.
- Puspitaningrum, S., & Setiawati, C. I. (2021). Analisis 7 Atribut e-Commerce Berbasis Website sebagai Dasar Preferensi Konsumen di Kota Bandung dengan Pendekatan Analisis Konjoin. *Benefit: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 151–167. <https://doi.org/10.23917/benefit.v6i2.14085>
- Rachmawati, A., Agus Kana, A., & Anggarini, Y. (2020). Pengaruh Harga , Kualitas Produk , dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab

Yogyakarta. Cakrawangsa Bisnis STIM YKPN, 1(2), 187–200.  
<http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/191>

- Ratna, S., & Watini, S. (2022). Implementasi Model Asyik Dalam Pembelajaran Mengenal Konsep Warna Pada Anak Usia Dini. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(3), 1737. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.3.1737-1746.2022>
- reffa dana. (2018). Skripsi Ini Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan PROGRAM STUDI PENDIDIKAN VOKASI SENI KULINER.
- Riski, N. A., Zahra, E. L., Jakarta, U. N., & Penampilan, E. (2022). DIGITAL PRINTING muslim . Dahulu hijab hanya digunakan sebagai penutup kepala yang seringkali dianggap kuno Mulya selaku Vice President Elzatta dalam artikel *fashion* di womantalk . com ( 2019 ) bahwa. 2(1), 22–28.
- Rose Debora, J., Diah, S., & Hasbi, Y. (2016). Analisis Konjoin Full Profile Dalam Pemilihan Bedak Untuk Mahasiswi Departemen Statistika Universitas Diponegoro. *Jurnal Gaussian*, 5, 747–756.
- Sakti, M. A., & Roisah, K. (2019). Karakteristik Dan Problematik Perlindungan Motif Lubeng Tenun Troso. *Jurnal Jurisprudence*, 9(2), 203–221. <https://doi.org/10.23917/jjr.v9i2.8908>
- Sari, U. I., Permana, I., & Salisah, F. N. (2017). Sistem Pendukung Keputusan Berbasis Rule Untuk Pemilihan Model Hijab. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Komunikasi Dan Industri*, 138–143.
- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). Pengaruh *Trendfashion*, Gaya Hidup, Dan Brand Image Terhadap Preferensi *Fashion* Hijab. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2), 48–71. <https://doi.org/10.21154/joie.v1i2.3224>
- Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118. <http://journal.feb.unmul.ac.id>
- Siti Erlina, R. A., Fatmawati, I., & Santosa, R. (2018). Preferensi Konsumen Batik Tulis Pakandangan Al-Barokah. *Universitas Wiraraja Sumenep*.
- Sofiyah, A., & Zafi, A. A. (2020). Hijab Bagi Wanita Muslimah Di Era Modern. *Ijtimaiyya: Jurnal Pengembangan ...*, 13(1), 89–102.  
<http://www.ejournal.radenintan.ac.id/index.php/ijtimaiyya/article/view/6197>
- Suhendra, A. (2013). Kontestasi Identitas Melalui Pergeseran Interpretasi Hijab dan Jilbab dalam Al Qur'an. *Palastren: Jurnal Studi Gender*, Vol. 6(1, Juni), 1–22.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67.  
<https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Utami, P., Wening, S., Budiastuti, E., & Jerusalem, M. A. (2022). Tingkat preferensi wanita obesitas pada busana kerja berbahan kain tradisional lurik. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 6(2), 255–266. <https://doi.org/10.22219/satwika.v6i2.22207>
- Utara, U. S. (2014). *Ubiversitas Sumatera Utara* (Vol. 13, Issue 1).



[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=PEFbEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=jenis+penelitian+kuanti+&ots=GPPQmc3b1g&sig=ph5qtxznzB2f3xcLn oxRJQVdDoU&redir\\_esc=y - v=onepage&q=jenis%20penelitian%20kuanti&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=PEFbEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA3&dq=jenis+penelitian+kuanti+&ots=GPPQmc3b1g&sig=ph5qtxznzB2f3xcLn oxRJQVdDoU&redir_esc=y - v=onepage&q=jenis%20penelitian%20kuanti&f=false)

[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Vm1XEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA33&dq=Populasi+adalah+&ots=N\\_Yaaut2Ep&sig=-HtqInsVLnj9ee4hR\\_- QKtY8t5w&redir\\_esc=y - v=onepage&q=Populasi%20adalah&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Vm1XEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA33&dq=Populasi+adalah+&ots=N_Yaaut2Ep&sig=-HtqInsVLnj9ee4hR_- QKtY8t5w&redir_esc=y - v=onepage&q=Populasi%20adalah&f=false)

[https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=YfNqDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Kuesioner+pengertian&ots=ru0CDQE0UQ&sig=n6pre\\_1z3vS1hSLnw XgnKKsowgl&redir\\_esc=y - v=onepage&q=Kuesioner%20pengertian&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=YfNqDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=Kuesioner+pengertian&ots=ru0CDQE0UQ&sig=n6pre_1z3vS1hSLnw XgnKKsowgl&redir_esc=y - v=onepage&q=Kuesioner%20pengertian&f=false)

