**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA BATIK DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO BELVA BATIK**

**Aisyah Mufarrohah1), Ruski, M.Pd2), Drs. Subandy Widjaya, M.Pd3)**

1,2STKIP PGRI Bangkalan

E-mail: [**aisyahmufarrohah@gmail.com**](mailto:aisyahmufarrohah@gmail.com)1), [**ruski@stkippgri-bkl.ac.id**2](mailto:ruski@stkippgri-bkl.ac.id2)) [**subandiwidjajastkipbkl@gmail.com3**](mailto:subandiwidjajastkipbkl@gmail.com3)**)**

**Abstrak:**

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga batik dalam pengambilan keputusan konsumen pada Toko Belva Batik

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga. Sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan atau konsumen di Toko Belva Batik. Sampel dalam penelitian ini pelanggan atau konsumen yang melakukan pembelian batik tulis dan batik printing di Toko Belva Batik yang berjumlah 50 orang responden. Pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan teknik *Snowball Sampling,* yaitu teknik yang dilakukan secara bertahap dari jumlah kecil hingga jumlah besar. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner dan observasi. Dan teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linear berganda (Uji t, Uji f, Uji R2).

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel X berpengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) karena nilai Fhitung 280,437 > ftabel 3,191 dengan nilai signifikasinya 0,000 < 0,1. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dapat dibuktikan dengan nilai thitung 5,662 > ttabel 1,67866. Dan nilai signifikasi sebesar 0,000 < 0,05 harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan nilai thitung > ttabel (4,346 > 1,67866) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05.

**Kata Kunci**: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

***Abstract:***

*This study was made to determine the effect of product quality and price of batik on consumer decision making at the Belva Batik Shop*

*The independent variables in this study are product quality and price. While the dependent variable is consumer decisions. The population in this study are all customers or consumers at the Belva Batik Shop. The sample in this study were customers or consumers who purchased written batik and printed batik at the Belva Batik Shop, totaling 50 respondents. Sampling was carried out using the Snowball Sampling technique, which is a technique that is carried out in stages from a small amount to a large number. Data collection techniques used are questionnaires and observation. And the analysis technique used is validity test, reliability test, normality test, multiple linear regression test (t test, f test, R2 test).*

*The results of the study show that simultaneously the X variable influences the Y variable (Purchase Decision) because the Fcount is 280.437 > 3,191 with a significance value of 0.000 < 0.1. Product quality has a positive effect on purchasing decisions, as evidenced by the tcount 5.662 > ttable 1.67866. And a significance value of 0.000 <0.05 price has a positive effect on purchasing decisions, with a tcount > ttable (4.346 > 1.67866) with a significance value of 0.000 < 0.05.*

***Keywords:*** *Product Quality, Price, Purchase Decision*

**PENDAHULUAN**

D

i Jawa Timur, tepatnya di pulau madura terdapat tradisi yang dikenal dengan karapan sapi, namun selain itu ada lagi yang tidak kalah terkenalnya yaitu kerajinan batik dengan corak motifnya yang sangat khas sekali. Batik ini adalah budaya turun temurun sejak zaman nenek moyang yang patut dijaga dan dilestarikan, karena kerajinan batik merupakan warisan budaya Bangsa Indonesia. Motif batik di tiap daerah berbeda-beda, karena mereka memiliki motif khas sesuai dengan tempat daerahnya masing-masing. Dengan corak motif batiknya yang unik dan beragam sekali, menjadikan batik ini bisa bertahan kelestariannya sampai saat ini. Selain di Indonesia, batik ini juga sudah terkenal sampai mancanegara. Pada saat ini batik sudah ditetapkan menjadi pakaian resmi yang digunakan oleh pegawai, baik yang bekerja di instansi pemerintahan dan juga di swasta. Motif batik di tiap daerah berbeda-beda, karena mereka memiliki motif khas sesuai dengan tempat daerahnya masing-masing.

Industri kerajinan batik yang ada di Pulau Madura ini dibagi menjadi empat Kabupaten, diantaranya kabupaten Bangkalan yang tempat pembuatan batiknya ada di Kecamatan Tanjung Bumi, kemudian ada Kabupaten Pamekasan, Sampang dan juga Sumenep. Batik ini dibagi menjadi dua jenis, yaitu batik tradisional contohnya seperti batik tulis yang pembuatannya dilakukan menggunakan canting dan cairan lilin, proses pengerjaan batik tulis ini bisa sampai berbulan-bulan maupun bertahun-tahun sesuai degan kerumitan corak motif dan juga proses pewarnaannya, kemudian ada batik modern contohnya seperti batik printing, yang proses pembuatannya menggunakan mesin, jadi lebih fleksibel dan bisa mengikuti perkembangan zaman. Pusat perbelanjaan batik di Kabupaten Bangkalan ada di salah satu Toko, yaitu Toko Belva Batik yang ada di JL. Raya Tunjung-Burneh. Karena letak Toko Belva Batik ini sangat strategis, menjadikan Toko ini sering kali dikunjungi oleh pembeli atau konsumen dari dalam daerah maupun dari luar daerah.

Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan yang terjadi antara pelaku usaha yang menawarkan barangnya kepada konsumen. Kualitas produk bisa dilihat dari segi kegunaan, fungsi, dan ketahanan dari barang tersebut. Di Toko Belva Batik terdapat banyak sekali pilihan motif, baik dari batik tulis maupun batik printing. Belva Batik dikenal masyarakat sebagai salah satu Toko batik yang memiliki produk batik berkualitas di daerah Burneh, selain itu Toko Belva Batik seringkali dijadikan sebagai rujukan oleh masyarakat yang ada di dalam maupun diluar kota, bahkan tak jarang juga dijadikan tempat kunjungan bagi para pejabat-pejabat. Kendala yang dihadapi Toko Belva Batik pada saat ini adalah dalam segi kualitas produk batik tulis yang banyak diminati dibandingkan dengan batik printing. Sehingga penjualan batik tulis lebih meningkat dibandingkan dengan batik printing. Berikut ini merupakan omzet penjualan yang peneliti dapatkan dari Toko Belva Batik dalam periode 2019-2021.

Tabel 1. Laporan Penjualan Toko Belva Batik Periode 2019-2021

Tahun Batik Tulis Batik Printing

2019 120.000.000 15.000.000

2020 248.000.000 40.000.000

2021 270.000.000 25.000.000

Sumber: Laporan Keuangan Toko Belva Batik, 2023

Dari tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa selama 3 tahun terakhir penjualan produk batik tulis lebih meningkat dibandingkan dengan produk batik printing. Hal ini menyebabkan indikasi bahwa rendahnya keputusan pembelian dalam membeli produk batik printing dibandingkan dengan batik tulis.

Keputusan adalah suatu proses untuk mencari suatu masalah yang berawal dari latar belakang, kemudian di identifikasi masalah, yang membentuk kepada sebuah kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi tersebut yang dijadikan sebagai pedoman untuk mengambil sebuah keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah hak konsumen untuk bisa memilih antara dua atau lebih pilihan keputusan dalam pembelian, jadi konsumen dapat mengambil keputusan dalam melakukan pembelian ketika dihadapkan dengan beberapa pilihan alternatif.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada kualiatas produk batik yang ada di Toko Belva Batik. Adapun judul yang akan diteliti adalah “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Batik Dalam Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Belva Batik”

**METODE PENELITIAN**

**Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan yaitu menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode penelitian dengan tingkat variasi yang lebih rumit, karena meneliti sampel yang lebih banyak, akan tetapi penelitian kuantitatif lebih sistematis dalam melakukan penelitian dari awal sampai akhir (Syafrida Hafni Sahir, 2022, p. 6). Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian regresi linear berganda.

**Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Dan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi.

**Teknik Analisis Data**

Pengolahan data disini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan juga uji f.

**Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian yang saya ambil adalah di Toko Belva Batik. Yang berada di Jalan Raya Tunjung, Burneh-Bangkalan. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 19 Juni sampai 3 Juli 2023.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam mendeskripsikan uji pengaruh pada variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin dan pekerjaan dari responden yang pernah mengunjungi Toko Belva Batik. Dan dalam penelitian ini juga disesuaikan dengan distribusi frekuensi dalam setiap variabel. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *IBM SPSS 21.*

**Tabel 2. Uji Validitas**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel | Sig. | Keterangan |
| Kualitas Produk (X1) | .000 | Valid |
| Harga (X2) | .000 | Valid |
| Keputusan Pembelian (Y) | .000 | Valid |

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian adalah valid.

**Tabel 3. Uji Reliabilitas**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | Variabel | *Cronbach’s Alpha* | Standar Reliabilitas | Keterangan |
| 1 | X1 | 0,807 | 0,6 | Reliabel |
| 2 | X2 | 0,729 | 0,6 | Reliabel |
| 3 | Y | 0,762 | 0,6 | Reliabel |

*Sumber: diolah peneliti, 2023*

Jadi dalam pengujian reabilitas terhadap seluruh variabel dengan menggunakan program IBM SPSS 21 menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha > 0,6 sehingga dinyatakan layak digunakan untuk dijadikan sebagai alat ukur instrumen kuesioner dalam penelitian ini.

**Tabel 4. Uji Normalitas**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** | | |
|  | | Unstandardized Residual |
| N | | 50 |
| Normal Parametersa,b | Mean | ,0000000 |
| Std. Deviation | 1,39156696 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,110 |
| Positive | ,087 |
| Negative | -,110 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,775 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,586 |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |

*Sumber: (Data primer diolah IBM SPSS 21, 2023)*

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikasi 0,586 > 0,05, maka dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal.

**Tabel 5. Uji Regresi Linear Berganda**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 1,943 | .726 |  | 2,676 | ,010 |
| Kualitas Produk | ,336 | ,060 | ,426 | 5,622 | ,000 |
| Harga | ,244 | ,056 | ,264 | 4,346 | ,000 |
| a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian | | | | | | |

*Sumber: (Data primer diolah IBM SPSS 21, 2023)*

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk pada uji regresi adalah:

Y= a + b1X1 + b2X2

Y= 1,943 + 0,336X1 + 0,244X2

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 1,943 | .726 |  | 2,676 | ,010 |
| Kualitas Produk | ,336 | ,060 | ,426 | 5,622 | ,000 |
| Harga | ,244 | ,056 | ,264 | 4,346 | ,000 |
| a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian | | | | | | |

**Tabel 6. Uji T**

*Sumber: (Data primer diolah IBM SPSS 21, 2023)*

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai signifikasi untuk pengaruh (parsial) X1 terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai thitung 5,622 > ttabel 1,67866 maka H1 diterima. Artinya variabel bebas Kualitas Produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y). Dan diketahui nilai signifikasi untuk pengaruh (parsial) X2 terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai thitung 4,346 > ttabel 1,67866 maka H2 diterima. Artinya variabel bebas Harga (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ANOVAb** | | | |
| Model | | F | Sig. |
| 1 | Regression | 280,437 | ,000a |
| Residual |  |  |
| Total |  |  |
| a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian | | | |
| b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga | | | |

**Tabel 7. Tabel Uji F**

*Sumber: (Data primer diolah IBM SPSS 21, 2023)*

Hasil dari pengujian secara simultan di atas dapat diperoleh nilai dari Fhitung sebesar 280,437 dengan nilai signifikasi sebesar 0,000. Maka nilai Fhitung 280,437 > Ftabel 3,191 sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima. Artinya terdapat pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

**Tabel 8. Uji Koefisien Determinan (R2)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Model Summary** | | | | |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,6562a | ,430 | ,412 | 1,870 |
| a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk | | | | |

*Sumber: (Data primer diolah IBM SPSS 21, 2023)*

Berdasarkan hasil tabel telah diketahui bahwa nilai R *Square* sebesar 0,430 artinya kualitas produk, dan harga mempunyai hubungan yang kuat karena nilai R= 43% atau mendekati 1. Sedangkan nilai koefisien determinasi (*adjusted* R *square*) yang diperoleh adalah sebesar 0,412. Jadi 41,2% keputusan pembelian konsumen dalam memilih kualitas produk (X1), harga (X2), sedangkan sisanya yaitu 59,8% keputusan pembelian dalam membeli batik dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

**SIMPULAN**

Dari hasil penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Batik Dalam Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Belva Batik” dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1) Berdasarkan hasil penelitian uji t diketahui nilai signifikasi adalah 0,000 < 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan yaitu kualitas produk (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang artinya hipotesis H1 dalam penelitian ini diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk yang terdiri dari indikator bentuk, fitur, kualitas kinerja, kesan kualitas, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, gaya dan desain dapat diterima, hal ini membuktikan semakin tinggi kualitas produk batik maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian konsumen pada Toko Belva Batik. 2) Berdasarkan hasil penelitian dengan uji t diketahui nilai signifikasi adalah 0,000 < 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan yaitu harga (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa harga produk yang terdiri atas indikator keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, potongan harga dan kesesuaian harga dengan manfaat batik maka akan berpengaruh secara baik pula terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Belva Batik. 3) Berdasarkan hasil penelitian dengan uji f diketahui nilai signifikasi adalah 0,000 < 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan yaitu secara simultan kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh pada keputusan pembelian batik di Toko Belva Batik. Hal ini menunjukkan bahwa Ketika konsumen ingin membeli suatu barang, maka konsumen akan mempertimbangkan kulitas produk dan harga secara bersamaan sehingga akan mempengaruhi konsumen untuk membeli barang tersebut.

**DAFTAR PUSTAKA**

Arianty, et al. (2016). *Manajemen Pemasaran*.

Arifianti, R. (2013). Jurnal Dinamika Manajemen ANALISIS KUALITAS PRODUK SEPATU TOMKINS. *Jdm*, *4*(1), 46–58.

Astuti, M. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran* (1st ed.). CV BUDI UTAMA.

Campbell, C. dan G. (2010). *The Strategy and Tactics of Pricing*.

Danuri, & Maisaroh, S. (2019). *Metodologi penelitian*.

Dewi, A. F., Hidayat, W., & Listyorini, S. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK MARLBORO (Studi Kasus Pada Perempuan Perokok di Kecamatan Tembalang Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *4*(2), 231–242.

Ferdinan & Nugraheni. (2013). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki (Studi Pada Pembeli – Pengguna Sepeda Motor Suzuki di Kota Solo). *Diponegoro Journal of Management*, *2*(2), 115–122.

Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning dan Staregy). *Manajemen Pemasaran*, 336.

Firmansyah, D. M. A. (2018). Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen). *Jurnal Agora*, *5 No.*(september), 5–299.

Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *5*(2), 2221–2229.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19le*.

Igir, F. G., Tampi, J. R. E., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up. *Jurnal Administrasi Bisnis*, *6*(2), 86–96.

Keller, K. dan. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.

Kotler dan Armstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. In *Cv. Media Sains Indonesia* (Vol. 1). www.penerbit.medsan.co.id

Kotler, P. (2010). *Armstrong. 2010. Principles of Marketing, thirteen edition*.

Lotulung, S. C., Lapian, J., & Moniharapon, S. (2015). Pengaruh kualitas produk. *Jurnal EMBA*, *817*(3), 817–826.

Maulana, I., & Darmastuti, I. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Mio (Studi Di Dealer Yamaha Pemuda Semarang). *Journal of Management*, *4*(3), 14.

Muangsal. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, *5*(2), 25–39.

Musfar Firli, T. (2020). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). CV. Media Sains Indonesia.

Razak, M. (2016). Perilaku Konsumen. In *News.Ge* (Vol. 4, Issue 1).

Rorong, G. A., Tamengkel, L. F., Mukuan, D. D. S., Studi, P., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import di Pasar Baru Langowan. *Productivity*, *2*(3), 228–233.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian* (Issue September).

Septiana, A., & Jumiati, S. (2021). Strategi Pemasaran Tabungan Tarbiyah dengan Akad Mudharabah ( Studi Kasus Di BPRS SPM Cabang Bangkalan ). *EcoSocio: Jurnal Ilmu Dan Pendidikan Ekonomi-Sosial*, *5*(1), 1–11.

Setyawan, D. A. (2014). Modul statistika uji validitas dan reabilitas instrumen penelitian. *Poltekkes Kemenkes SurakartaSurakarta*, 11.

Sinaga, D. (2015). Buku Ajar Statistik Dasar. *Uki Press*, *7*(1), 37–72.

Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran* (1st ed.). CV.PUSTAKA ABADI.

Sudaryono. (2011). *Kewirausahaan* (S. Suyantoro (ed.); 1st ed.). ANDI.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Syafrida Hafni Sahir. (2022). *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*.

Syah, A. (2021). Manajemen Pemasaran Kepuasan Pelanggan. In *Penerbit Widina Bhakti Persada* (Vol. 1, Issue 1). www.penerbitwidina.com

Taluke, D., Lakat, R. S. M., Sembel, A., Mangrove, E., & Bahwa, M. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove Di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, *6*(2), 531–540.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik. In *Branding Strategy, Customer Statisfaction, Strategi Kompetitif, hingga e-marketing, Yogyakarta: Penerbit Andi*.

Widi, R. (2011). Uji Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi. *Stomatognatic (J.K.G. Unej)*, *8*(1), 27–34.