

## **Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Ketertarikan Fashion Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Online Shopping Mahasiswa STIE Dwi Sakti Baturaja**

Sally Maria Bramana<sup>1</sup>, Yuniarti Anwar<sup>2</sup>, Inda Sartika<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dwi Sakti Baturaja

### **Abstract**

This study aims to determine the effect of shopping lifestyle and fashion attraction on online shopping impulsive buying behavior (a case study on STIE Dwi Sakti Baturaja students). This research method uses descriptive method. The data analysis technique used in this study uses quantitative data analysis techniques. Based on the research results, it was found that the correlation coefficient value was  $R = 0.774$  in the interval 0.60-0.79 meaning that the relationship between lifestyle ( $X_1$ ) and fashion interest ( $X_2$ ) on online shopping impulsive buying behavior ( $Y$ ) is strong. The coefficient of determination  $R$  square is 0.598, this means that the influence of lifestyle variable ( $X_1$ ) and fashion interest ( $X_2$ ) on online shopping ( $Y$ ) impulsive buying behavior is 59.8%, while the remaining 40.2% can be explained by factors which were not examined in this study. The results of the t test and F test show that lifestyle and fashion interest partially and simultaneously influence online shopping impulsive buying behavior among STIE Dwi Sakti students in Baturaja.

**Keywords:** Shopping Lifestyle, Fashion Interest, and Impulsive Buying Behavior.

Copyright (c) 2022 Sally Maria Bramana

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [1810631030210@student.unsika.ac.id](mailto:1810631030210@student.unsika.ac.id)

## **PENDAHULUAN**

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi yang begitu pesat mendorong perubahan, baik secara langsung maupun tidak langsung, manusia memiliki kebutuhan dan keinginan yang harus dipenuhi, mulai dari sandang, pangan, papan yang dianggap sebagai kebutuhan dasar manusia. Kebutuhan sandang merupakan kebutuhan untuk melindungi dari rasa panas dan dingin yang dipenuhi dengan menggunakan pakaian. Dengan adanya kemajuan teknologi belanja melalui *online shop* menjadi pilihan pelaku konsumen untuk melakukan transaksi pembelian secara *online*, kebutuhan manusia akan pakaian terus meningkat yang tadinya hanya kebutuhan mendasar bergeser menjadi kebutuhan sosial sampai menjadi kebutuhan komersil seperti *fashion*. Menurut Pillang (2004:306) *fashion* merupakan salah satu bentuk gaya hidup yang dapat dicoba, dipertahankan, atau ditinggalkan. Penampilan yang menarik akan membuat seseorang lebih percaya diri terhadap lingkungan sosialnya, *fashion* yang dipilih seseorang bisa menunjukkan bagaimana seseorang menunjukkan gaya hidup mereka.

Menurut Kotler (2002:192) Gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya, memiliki gaya sendiri dalam berpakaian akan membentuk identitas

*fashion* pada diri seseorang, jiwa sosial ini lah yang mempengaruhi mahasiswa berperilaku *impulsif* pada *online shop*.

Selain gaya hidup faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli pakaian adalah ketertarikan. Menurut Lee dalam Johnson dan Attman (2009:42) individu yang memiliki *fashion interest* akan menempatkan kepentingan yang tinggi didalam dirinya pada produk *fashion* dan dirinya akan menjadi sangat materialistis dan sangat tertarik dengan *fashion*. Ketertarikan *fashion* mengacu pada ketertarikan konsumen pada produk seperti pakaian, penampilan yang menarik bisa menjadi daya tarik sendiri bagi seseorang, hal inilah yang mempengaruhi mahasiswa berperilaku *impulsif* pada *online shop*.

Menurut Kotler dan Keller (2009:166) Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Faktor yang mempengaruhi konsumen adalah gaya hidup, berpenampilan *trendy* dan modis menjadi salah satu hal yang sangat diperhatikan bagi seseorang untuk memuaskan dirinya. Gaya hidup yang memiliki gaya sendiri dalam berpakaian akan membentuk identitas *fashion* pada diri seseorang. Menurut Sunyoto (2013:43) Perilaku konsumen sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kongnisi, perilaku dan kejadian di sekitar kita dimana manusia melakukan aspek dalam hidup merencanakan sesuatu, tapi mereka akan mengambil keputusan pada saat terakhir. Salah satu bentuk perilaku konsumen yang tidak punya rencana adalah terjadinya *pembelian impulsif*.

Menurut Engel dan Blacwell (2006:105) Pembelian *impulsif* merupakan suatu tindakan pembelian yang di buat tanpa direncanakan sebelumnya atau keputusan pembelian dilakukan pada saat didalam toko. Mahasiswa berbelanja secara irasional atau tidak masuk akal mereka bertindak berdasarkan instingnya, dengan adanya gaya hidup dan juga trend *fashion* mempengaruhi mahasiswa berperilaku *impulsif* pada *online shop*. Berdasarkan pengamatan di STIE Dwi Sakti Baturaja disimpulkan mahasiswa tidak dapat membedakan mana kebutuhan dan keinginan, semakin tinggi gaya hidup mahasiswa maka semakin banyak keinginan, mereka berbelanja saat ini bukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan pokok melainkan juga sebagai hiburan, dengan dimudahkannya belanja *online* maka semakin banyak mahasiswa yang berperilaku *impulsif* khususnya mahasiswa STIE Dwi Sakti Baturaja. Selain gaya hidup ketertarikan *fashion* juga berpengaruh terhadap perilaku *impulsif* dengan ada nya *online shop* mahasiswa lebih mudah untuk melihat pakaian model terbaru tanpa harus datang ke distro atau mall, walaupun terkadang barang yang dipesan tidak sesuai dengan yang ada difoto hal ini tidak membuat mahasiswa sadar dan masih tetap melakukan belanja *online shop*, mahasiswa STIE Dwi Sakti Baturaja memiliki kebiasaan berbelanja hanya untuk memenuhi hasrat atau dorongan dari dalam dirinya. Seperti kita ketahui banyak barang seperti *fashion*, elektronik yang ditawarkan diinternet yang menawarkan kemudahan dalam cara berbelanja dan pembayaran hal ini sangat mempengaruhi mahasiswa memiliki potensi untuk terjadinya belanja atau pembelian *impulsif* secara *online*.

### **Hubungan Gaya Hidup dengan Perilaku Pembelian Impulsif Online Shopping**

Menurut Kotler (2002:192) Gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Penentuan gaya hidup ini merupakan salah satu keputusan yang penting bagi manajemen. Gaya hidup yang memiliki gaya sendiri dalam berpakaian akan membentuk identitas *fashion* pada diri seseorang. Gaya hidup mengacu pada pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang tentang bagaimana cara menghabiskan waktu dan uang. Dalam arti ekonomi, gaya hidup menunjukan cara yang dipilih seseorang untuk mengalokasikan pendapatan, barang atau jasa. Dengan dimudahkannya belanja *online* maka semakin banyak mahasiswa yang berperilaku *impulsif*. Oleh karena itu gaya hidup sangat mempengaruhi prilaku pembelian *impulsif* pada diri seseorang untuk berbelanja *online shop*.

## Hubungan Ketertarikan Fasion dengan Perilaku Pembelian Impulsif Online Shopping

Menurut Brigham(1991:94) Ketertarikan merupakan suatu proses yang dengan mudah dialami oleh setiap individu tetapi sukar untuk diterapkan, kecenderungan untuk menilai seseorang atau suatu kelompok secara positif. Ketertarikan *Fashion* mengacu pada ketertarikan konsumen pada produk seperti pakaian, penampilan yang menarik bisa menjadi daya tarik sendiri bagi seseorang hal inilah yang mempengaruhi seseorang untuk membuat pakaian. Menurut Mowen (2002:62) ketertarikan konsumen adalah tingkat kepentingan pribadi yang dirasakan atau minat yang ditimbulkan oleh sebuah rangsangan. Dengan semakin meningkatnya ketertarikan, konsumen memiliki motivasi yang lebih besar untuk memperhatikan, memahami, dan mengolaborasi informasi tentang pembelian. Ketertarikan seseorang terhadap model pakaian dengan adanya *online shop* lebih mudah untuk melihat-lihat pakaian model terbaru tanpa harus datang ke distro atau mall. Maka Ketertarikan *fashion* dapat mempengaruhi perilaku pembelian *impulsif* pada diri seseorang untuk berbelanja *online shop*.

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Populasi penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa aktif STIE Dwi Sakti Baturaja, dimana teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *accidental sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 73 mahasiswa. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif.

### HASIL PENELITIAN

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah analisis yang digunakan peneliti, bila bermaksud meramalkan keadaan naik turunnya variabel dependen kriterium bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi dinaik turunkan nilainya (Sugiyono, 2010:277). Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 16.0. Hasil analisis data yang telah dilakukan didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.788	1.470		3.937	.000
	GAYA HIDUP	.344	.097	.399	3.555	.001
	KETERTARIKAN FASHION	.390	.102	.431	3.836	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF

b. Pengolahan data SPSS, 2022.

Berdasarkan tabel 1. didapat persamaan regresi  $Y = 5,788 + 0,344X_1 + 0,390X_2$ . Nilai konstanta sebesar 5,788. Hal ini menunjukkan jika tidak ada variabel gaya hidup dan ketertarikan *fashion* yang bernilai nol, maka perilaku pembelian *impulsif Online Shopping* pada Mahasiswa STIE Dwi Sakti di Baturaja hanyasebesar 5,788. Nilai koefisien regresi  $X_1 = 0,344$  bernilai positif, menunjukkan jika variabel gaya hidup meningkat sebesar 1 persen maka perilaku pembelian *impulsif Online Shopping* pada Mahasiswa STIE Dwi Sakti di Baturaja hanya

sebesar 0,344 atau 34,4% dengan asumsi variabel gaya hidup dianggap tetap. Nilai koefisien regresi  $X_2=0,390$  bernilai positif, menunjukkan jika variabel ketertarikan *fashion* meningkat 1 persen maka perilaku pembelian *impulsif Online Shopping* pada Mahasiswa STIE Dwi Sakti di Baturaja hanya sebesar 0,390 atau 39,0% dengan asumsi variabel ketertarikan *fashion* dianggap tetap.

**Koefisien Korelasi**

Menurut Supangat (2007:339), analisis korelasi linear berganda adalah tingkathubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis korelasi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 16.0. Hasil analisis data yang telah dilakukan didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Korelasi  
 Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.774	.598	.587	2.290

a. Predictors: (Constant), KETERTARIKAN FASHION, GAYA HIDUP

b. Dependent Variable: PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF  
 Pengolahan Data SPSS, 2022.

Dari hasil analisis SPSS diketahui bahwa nilai r koefisien korelasi = 0,774. Berdasarkan interval koefisien korelasi  $r = 0,774$  dapat dinyatakan bahwa hubungan antara gaya hidup dan ketertarikan *fashion* terhadap perilaku pembelian *impulsifonline shopping* mahasiswa STIE Dwi Sakti Baturaja dinyatakan kuat. Karena berada pada interval 0,60 - 0,79 (Sugiyono, 2007:187).

**Koefisien Determinasi**

Menurut Santosa dan Ashari (2005:125) Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Analisis korelasi determinasi dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 16.0. Hasil analisis data yang telah dilakukan didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Determinasi ( $r^2$ )

Model	ModelSummary <sup>b</sup>			Std. Error of the Estimate
	R	R Square	Adjusted RSquare	
1	.774 <sup>a</sup>	.598	.587	2.290

a. Predictors: (Constant), KETERTARIKAN FASHION, GAYA HIDUP

b. Dependent Variable: PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF  
 Pengolahan Data SPSS, 2022.

Berdasarkan tabel diatas, nilai koefisien determinasi (*R square*) pada penelitian ini adalah sebesar 0,598 yang menunjukkan bahwa perilaku pembelian *impulsif online shopping* mahasiswa STIE Dwi Sakti Baturaja dipengaruhi oleh gaya hidup dan ketertarikan *fashion* sebesar 59,8% sedangkan sisanya 40,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Uji Hipotesis**

**Uji t (Secara Parsial)**

Menurut Sugiyono (2007:184), uji t dalam pengujian koefisien regresi masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji t dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 16.0. Hasil analisis data yang telah dilakukan didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji t

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.788	1.470		3.937	.000
	GAYA HIDUP	.344	.097	.399	3.555	.001
	KETERTARIKAN FASHION	.390	.102	.431	3.836	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF  
Pengolahan Data SPSS, 2022.

**Pengaruh gaya hidup berbelanja terhadap perilaku pembelian impulsif online shopping mahasiswa STIE Dwi Sakti Baturaja**

Berdasarkan tabel 4 diperoleh  $t_{hitung}$  untuk variabel harga ( $X_1$ ) sebesar 3,555 dengan  $t_{tabel}$  ( $\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$ ) dan  $df = (n-k-1)$  yaitu  $(73-2-1=70)$ , untuk uji dua pihak diperoleh  $t_{tabel} = 1,994$  dengan kriteria pengambilan keputusan ternyata nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,555 > 1,994$ , maka keputusan  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. Artinya gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku pembelian *impulsif online shopping* mahasiswa STIE Dwi Sakti di Baturaja.

**Pengaruh ketertarikan fashion terhadap perilaku pembelian impulsif online shopping mahasiswa STIE Dwi Sakti Baturaja.**

Kemudian pada tabel 4 untuk variabel ketertarikan *fashion* ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung} = 3,836$ , diperoleh  $t_{tabel} = 1,994$ . Berdasarkan kriteria keputusan ternyata nilai  $t_{hitung} 3,83 > t_{tabel}$  atau  $3,836 > 1,994$ , maka keputusan  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima. artinya ketertarikan *fashion* berpengaruh terhadap perilaku pembelian *impulsif online shopping* mahasiswa STIE Dwi Sakti di Baturaja.

**Uji F (Secara Simultan)**

Menurut Sunyoto (2013:54), penguji hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas (secara simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terkait. Uji F dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 16.0. Hasil analisis data yang telah dilakukan didapat hasil sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Uji F

Model		ANOVA <sup>b</sup>			F	Sig.
		Sum of Squares	df	Mean Square		
1	Regression	546.968	2	273.484	52.135	.000 <sup>a</sup>
	Residual	367.196	70	5.246		
	<b>Total</b>	<b>914.164</b>	<b>72</b>			

a. Predictors: (Constant), KETERTARIKAN FASHION, GAYA HIDUP

b. Dependent Variable: PERILAKU PEMBELIAN IMPULSIF

c. Pengolahan Data SPSS, 2022.

**Pengaruh gaya hidup berbelanja dan ketertarikan fashion terhadap perilaku pembelian impulsif online shopping mahasiswa STIE Dwi Sakti Baturaja.**

Berdasarkan tabel 5, didapatkan  $F_{hitung}$  sebesar 52,135. Hasil tersebut kemudian dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 5\%$  dengan  $F_{tabel} = F(1-\alpha)$  (dk pembilang = 2), (dk penyebut =  $73-2-1=70$ ) didapat  $F_{tabel} 3,13$ . Jadi  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $52,135 >$

3,13, maka keputusan  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya ada pengaruh gaya hidup dan ketertarikan *fashion* terhadap perilaku pembelian *impulsif online shopping* mahasiswa STIE Dwi Sakti di Baturaja.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hikmawati (2019) dengan judul penelitian Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Ketertarikan *Fashion* Terhadap Prilaku pembelian Impulsif pada *Online shopping*. Menyimpulkan bahwa hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Prilaku pembelian Impulsif. Variabel ketertarikan *Fashion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Prilaku pembelian Impulsif. Hal ini berarti keputusan pembelian dipengaruhi oleh gaya hidup dan ketertarikan *Fashion*. Sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan pada maka penelitian yang bertujuan untuk mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian impulsif pada mahasiswa STIE Dwi Sakti Baturaja. Nilai koefisien korelasi adalah  $R = 0,774$  berada pada interval 0,60-0,79 berarti hubungan antara gaya hidup ( $X_1$ ) dan ketertarikan *fashion* ( $X_2$ ) terhadap perilaku pembelian *impulsif* ( $Y$ ) adalah kuat. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,598 hal ini berarti bahwa pengaruh variabel gaya hidup ( $X_1$ ) dan ketertarikan *fashion* ( $X_2$ ) terhadap perilaku pembelian *impulsif online shopping* ( $Y$ ) sebesar 59,8% sedangkan sisanya 40,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji  $t$  variabel gaya hidup diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,555 > 1,994$ , Kemudian variabel ketertarikan *fashion* diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $3,836 > 1,994$ . Hal ini berarti bahwa gaya hidup dan ketertarikan *fashion* berpengaruh secara parsial terhadap perilaku pembelian *impulsif online shopping* pada mahasiswa STIE Dwi Sakti di Baturaja. Berdasarkan uji  $F$  diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $52,135 > 3,13$ . Hal ini berarti bahwa gaya hidup dan ketertarikan *fashion* secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku pembelian *impulsif online shopping* pada mahasiswa STIE Dwi Sakti di Baturaja.

## Referensi :

- Amir, Yasraf Pilliang. 2004. *Wanita dan Media Kontruksi Ideologi Gender Dalam Ruang Publik Orde Baru*. Jelasutra. Bandung.
- Arikunto. 2004. *Dasar-Dasar Supervisi*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Buku Beta. Jakarta.
- Brigham, J. C. 1991. *Social Psychology*. Edisi ke dua. Harper Colling Publisher Inc. Publisher Jakarta.
- Budi, Triton P. 2005. *Paradigma Baru Manajemen Sumber Daya Manusia*. Tugu Yogyakarta.
- Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, Sutrisno. 2000. *Metodologi Penelitian*. CV Andi. Yogyakarta.
- Hasan. 2004. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. PT Bumi Aksara . Jakarta.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keprilakuan*. Cv Andi. Yogyakarta.

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke tigabelas. PT Gelora Angkasa Pratama. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 3. Erlangga. Jakarta.
- Liapati, Georgia. 2015. *The Role Of Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying*. Journal of global fashion marketing. New York.
- Margono. 2004. *Metodelogi Penelitian Pendidikan*. PT Rineka cipta. Jakarta.
- Mar'at. 2000. *Sikap Manusia, Perubahan, serta Pengukurannya*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Mowen, John C dan Michael S. Mirrow. 2002. *Prilaku Konsumen*. Erlangga. Jakarta .
- M. Manullang. 2005. *Dasar-Dasar Manajemen*. Gajah Mada. University Press. P.O.BOX 14, Bulaksumur. Yogyakarta
- Priyatno, Duwi. 2013. *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan Spss*. Mediakom. Yogyakarta.
- Riduwan. 2007. *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Alfabeta. Bandung.
- Riduwan dan Sunarto. 2010. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan , sosial, Komunikasi, Ekonomi dan Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Model Analisis Jalur Untuk Riset Ekonomi*. Yrama Widya. Bandung.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*. Alfabeta. Bandung.
- Supangat, Andi. 2007. *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi Dan Nonparametrik*. Edisi Pertama. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Surakhmad, Winarno. 2000. *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metode Teknik*. Tarsito. Bandung.