

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terkait

Adapun beberapa penelitian terkait mengenai judul yang diangkat oleh penulis :

Penelitian yang dilakukan oleh Diah Pranitasari dan Ahmad Nurafif Sidqi (2021) dengan judul "Analisis Kepuasan Elektronik Shopee Menggunakan metode E-Service Quality dan Kartesius". Tingkat kepuasan pelanggan Shopee terhadap kualitas layanan elektronik berdasarkan metode E-Service Quality sebesar 99.0% dan masih terdapat 1% dari kualitas layanan yang belum memenuhi harapan pelanggan [1].

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Cindi Wulandari, Elmayati dan Yulia Citra (2020) dengan judul "Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Grab Kota Lubuklinggau Menggunakan Framework Pieces" Hasil hitung koefisien determinasi diketahui nilai R Square sebesar 0,976 artinya secara bersama-sama kualitas aplikasi Grab variabel bebas berupa variabel Performance, Information, Economic, Control, Efficiency, dan Service terhadap kepuasan pengguna aplikasi Grab Lubuklinggau sebesar 97,6% sementara 2,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini [2].

Berikut penelitian yang dilakukan oleh Arif Saputra dan Denny Kurniadi (2019) dengan judul " Analisis Kepuasan Pengguna Sistem Informasi E-Campus di IAN Bukittinggi menggunakan metode EUCS" dalam penelitiannya menggunakan metode EUCS untuk mengetahui dan menganalisis bagaimna

tingkat kepuasan pengguna terhadap sebuah sistem informasi yang sedang digunakan dan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna sistem informasi tersebut [3].

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Meidita Nurul Farisi dan Eva Zuraidah (2022) dengan judul “Analisa Kualitas Aplikasi Performance Simanis dengan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS)” Hasil penilaian dari pengguna aplikasi performance Simanis, tidak ditemukan atribut yang masuk pada kuadran 1. Hal tersebut menandakan bahwa tingkat prioritas dalam perubahan di beberapa fitur tidak ada, diartikan fitur yang ada sudah menyediakan kebutuhan para pengguna. Dapat diartikan juga bahwa aplikasi performance Simanis dapat mempertahankan fitur-fitur yang ada karena sudah cukup membantu team leader dalam pemberian informasi terkait performance agennya [4].

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Hendrik Setiawan dan Dien Novita (2021) dengan judul “ Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi KAI Akses Sebagai Media Pemesanan Tiket Kereta Api Menggunakan Metode EUCS”. Hasil Pengujian hipotesis terdapat 3 variabel yang berpengaruh yaitu accuracy, format, timeliness dan terdapat 2 variabel yang tidak berpengaruh yaitu content dan ease of use. Berdasarkan analisis korelasi diperoleh R² sebesar 0,679 menunjukkan bahwa variabel satisfaction dapat dijelaskan oleh variabel content, accuracy, format, ease of use dan timeliness sebesar 67,9% [5].

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Analisis

Dalam Kamus Besar Merriam-Webster (2020) menjelaskan bahwa analisis adalah sebuah penelitian tentang sesuatu untuk memepelajari bagian-bagiannya, apa yang mereka lakukan, dan bagaimana mereka terkait satu sama lain atau sebuah pemeriksaan terperinci dari sesuatu yang kompleks untuk memahami sifatnya atau menentukan fitur-fitur esensialnya. Analisis merupakan suatu kegiatan berpikir untuk menguraikan atau memecahkan suatu permasalahan dari unit terkecil [6].

Dalam pendapat lain, menurut Darminto dan Julianty, analisis adalah penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri, serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman dari sebuah arti keseluruhan [7].

Jadi dapat disimpulkan dari beberapa pengertian di atas bahwa analisis adalah sebuah aktivitas yang dilakukan untuk menemukan hal baru dengan cara melakukan penelitian yang dilakukan secara mendetail agar memudahkan untuk mengetahui keadaan sebenarnya.

2.2.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah hal psikologis yang berlandaskan dari harapan dan kebutuhan pelanggan. Kepuasan pelanggan tergantung pada perbedaan antara pengalaman actual mereka dan harapan yang mereka inginkan. Secara teori, apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan, pelanggan pasti akan puas atau relative puas, namun

sebaliknya apabila ekspektasi tersebut tidak dapat dipenuhi, pelanggan akan merasa biasa saja, tidak puas, atau sangat tidak puas [8]. Apabila sebuah komplain dari pelanggan dapat ditangani dengan baik, perusahaan juga akan mencapai kepuasan pelanggan tersebut. Kepuasan pelanggan sangat penting dalam dunia bisnis saat ini karena kemampuan penyedia layanna untuk dapat menciptakan sebuah tingkat kepuasan yang tinggi dianggap sangat penting untuk diferensiasi sebuah produk dari produk yang lain dan dapat mengembangkan hubungan yang kuat denngan pelangggan [9]. Kepuasan pelanggan akan memengaruhi niat untuk melakukan pembelian produk atau jasa itu kembali dimasa depan dan pelanggan tersebut akan berbagi pengalaman positif mereka dengan konsumen lain [10].

Maka dapat disimpulkan dari beberapa pendapat para ahli bahwa kepuasan pelanggan adalah sebuah hasil yang dirasakan dari pelanggan yang membeli atau menggunakan sebuah produk barang atau jasa secara terus menerus dimana produk atau jasa tersebut sesuai dengan keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan.

Kepuasan pelanggan dapat membuat para pelanggan untuk terus menggunakan sebuah produk atau jasa tersebut. Penelitian menemukan bahwa kepuasan dari para pelanggan dapat membantu sebuah merek untuk membangun hubungan yang panjang dan menguntungkan bagi pelanggan mereka. Menurut Anderson membangun jalinan komunikasi dengan pelanggan yang puas dan setia membutuhkan biaya yang mahal, tetapi akan terbukti menguntungkan dalam waktu jangka panjang bagi perusahaan [11]. Oleh karena perusahaaan harus

berkonsentrasi pada peningkatan kualitas layanan dan menetapkan harga wajar yang sesuai untuk memuaskan para pelanggan yang pada akhirnya akan membantu perusahaan untuk mempertahankan pelanggannya [12].

Menurut Prinsa (2017) dalam sabila (2020) terdapat lima elemen yang menyangkut terhadap kepuasan pelanggan [8], diantaranya adalah:

1. Harapan (*Expectations*)

Harapan yang dimaksud adalah harapan dari konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang disusun sebelum pembelian barang atau jasa tersebut. Ketika tahapan pembelian sudah dilakukan, konsumen berharap barang atau jasa yang diterima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Jika sesuai dengan harapan konsumen maka ia merasa puas.

2. Kinerja (*Performance*)

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

3. Perbandingan (*Comparison*)

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

4. Pengalaman (*Experienece*)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

5. Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya, diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk.

Lupiyoadi dalam Ramadhan menyebutkan beberapa variable yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan [10], diantaranya adalah :

a. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas tinggi.

b. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang atau sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosional

Pelanggan akan bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum jika sesering menggunakan produk bermerek dan cenderung lebih memiliki kepuasan yang tinggi. Kepuasan bukan karena kualitas produk tapi nilai sosial yang membuat pelanggan puas dengan merek barang atau jasa tertentu.

d. Harga

Produk dengan kualitas yang sama tetapi ditetapkan dengan harga yang relatif rendah akan memberikan nilai lebih kepada pelanggannya.

e. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau meluangkan waktu untuk mendapatkan produk atau layanan cenderung puas dengan produk atau jasa tersebut.

Dari beberapa pengertian di atas peneliti mengambil sebuah kesimpulan bahwa yang dimaksud dari kepuasan pelanggan adalah penilaian dari setiap individu tentang seberapa jauh pelanggan merasa senang atau puas dalam pelayanan.

2.2.3 Aplikasi

Aplikasi adalah program siap pakai yang dapat digunakan untuk menjalankan perintah-perintah dari pengguna aplikasi tersebut dengan tujuan mendapatkan hasil yang lebih akurat sesuai dengan tujuan pembuatan aplikasi tersebut [10]. Aplikasi mempunyai arti yaitu pemecahan masalah yang menggunakan salah satu teknik pemrosesan data aplikasi yang biasanya berpacu pada sebuah komputasi yang diinginkan atau diharapkan maupun pemrosesan data yang diharapkan. Pengertian aplikasi secara umum adalah alat terapan yang difungsikan secara khusus dan terpadu sesuai kemampuan yang dimilikinya aplikasi merupakan suatu perangkat computer yang siap pakai bagi user [13].

Menurut Kamus Besar Indonesia aplikasi adalah penerapan dari rancangan system untuk mengolah data yang menggunakan aturan atau ketentuan bahasa programmer tertentu. Aplikasi adalah suatu program computer yang dibuat untuk mengerjakan dan melaksanakan tugas khusus dari pengguna. Aplikasi juga merukan perangkat lunak yang digunakan untuk tujuan tertentu, seperti mengolah dokumen, mengatur windows, permainan dan sebagainya.

Pada saat ini aplikasi banyak aplikasi telah memberikan banyak manfaat bagi pembuat dan pengguna. Berikut adalah fungsi dari aplikasi [14] :

- a. Memudahkan pekerjaan yaitu dengan aplikasi pekerjaan menjadi lebih mudah.
- b. Media hiburan yaitu aplikasi sebagai sarana media hiburan, aplikasi dapat menjadi media hiburan contohnya seperti media music, *games* dan sebagainya.
- c. Pendidikan yaitu aplikasi dalam pendidikan berfungsi untuk badan pengajaran. Contohnya *Microsoft Office*.
- d. Media pertemanan yaitu aplikasi juga dapat menjadi media pertemanan dalam komunikasi.

2.2.4 Fleksibilitas Sistem Informasi

Fleksibilitas SI didefinisikan kemampuan dari suatu SI ketika merespon *requirement* yang baru dari kebutuhan pengguna. Fleksibilitas bisa memengaruhi efektifitas serta efisiensi operasional terhadap SI dalam perusahaan. Sistem yang fleksibel dapat menunjang keefektifan dan

keefesiensian pekerjaan pengguna, dimana jika butuh perubahan pada sistem tidak akan mengganggu sistem secara keseluruhan [15].

Fleksibilitas tersebut merupakan kemampuan SI ketika melakukan perubahan-perubahan agar dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Pengguna merasa lebih puas saat menggunakan sistem apabila sistem yang digunakan fleksibel dalam memenuhi kebutuhan pengguna. Semakin tinggi tingkat fleksibilitas pada sistem maka kepuasan pengguna dalam menggunakan sistem semakin tinggi [16].

2.2.5 Keamanan Sistem Informasi

Keamanan system informasi merupakan bagaian penting bagi untuk dijaga karena dapat menghindari penyalahgunaan oleh pihak yang tidak bertanggungjawab . Keamanan sistem informasi yaitu permasalahan global yang dihadapi setiap penyelenggara aplikasi dan sistem keamanannya. Jika keamanan sistem informasi dalam organisasi [17].

Dampak keamanan sistem informasi dapat berupa kerugian kecil yang masih bisa ditanggung oleh organisasi atau kerugian skala besar yang tidak dapat dipertahankan lagi oleh organisasi. Oleh karena itu, dalam pengelolaan keamanan informasi menggunakan pendekatan menyeluruh mulai dari identifikasi segala potensi kelemahan, strategi pencegahan dan penanganan gangguan keamnan, hingga menilai sejauh mana kerugian akibat kemungkinan gangguan keamanan [18].

Upaya penanganan terhadap keamanan sistem informasi, dapat mempertimbangkan tiga aspek penting dalam keamanan sistem informasi

yang akrab dengan singkatan CIA (*Confidentiality, Integrity, Availability*) yaitu [19] :

1. Kerahasiaan (*Confidentiality*) yaitu aspek yang memastikan informasi dalam sistem terjamin kerahasiaannya dan diakses hanya untuk orang yang berwenang.
2. Integritas (*Integrity*) yaitu aspek yang menjamin tidak ada perubahan data tanpa seizin pihak yang berwenang, menjaga keutuhan serta keakuratan informasi.
3. Ketersediaan (*availability*) yaitu aspek yang menjamin atas ketersediaan data ketika dibutuhkan, kapanpun, dan dimanapun.

2.2.6 End User Computing Satisfaction (EUCS)

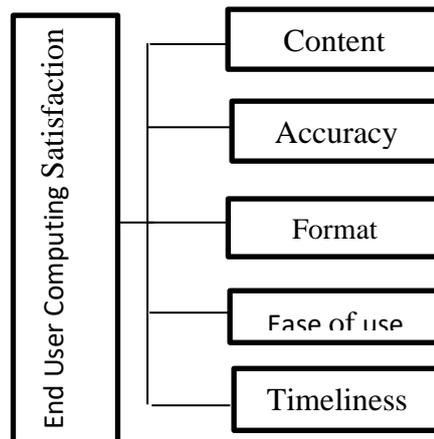
Keberhasilan sebuah sistem informasi atau aplikasi informasi [7] ditentukan tidak hanya oleh seberapa baik sistem dapat memproses dan menghasilkan informasi dengan benar, tetapi juga tentang penerimaan atau kepuasan pengguna terhadap kinerja yang dirasakan dari sistem berjalan tersebut [12].

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk melakukan analisis kepuasan suatu aplikasi atau sistem informasi adalah dengan menggunakan model evaluasi *End User Computing Satisfaction* atau yang biasa disingkat EUCS. EUCS ini merupakan sebuah model evaluasi yang dikembangkan oleh William J. Doll & Gholarezam Torkzadeh di salah satu jurnal penelitian Universitas. Minnesota pada tahun 1988 [20]. Tujuan dilakukannya

penelitian ini adalah untuk mengembangkan sebuah instrument evaluasi yang terdapat beberapa poin berikut, diantaranya:

1. Berfokus pada kepuasan informasi sebuah produk yang disediakan oleh aplikasi tertentu.
2. Memasukkan objek untuk mengevaluasi kemudahan pengguna dari aplikasi tertentu.
3. Menyediakan semacam skala Likert sebagai alternatif untuk perhitungan skala diferensial semantic.
4. Mengembangkan instrumen yang singkat, mudah digunakan dan cocok baik untuk penelitian atau praktik akademik.
5. Instrument evaluasi dapat digunakan di berbagai sistem informasi atau aplikasi.
6. Memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi hubungan *End User Computing Satisfaction* dan *Plausible indenpend variables* (variabel yang bersifat indenpen, contohnya: kemampuan komputasi pengguna, keterlibatan pengguna dalam sistem, dll).

Pengukuran yang terdapat didalam EUCS terdiri dari isi (*contect*), keakuratan (*accuracy*), bentuk (*format*), ketepatan waktu (*timeliness*), dan kemudahan pengguna sistem (*ease of use*)[11].



Gambar 2.1 Model EUCS.

Berikut ini penjelasan dari setiap dimensi pengukuran metode EUCS menurut Doll & Torkzadeh:

1. Isi (*content*). Dimensi untuk mengukur kepuasan pengguna ditinjau dari isi/konten suatu sistem. Isi/konten biasanya berupa fungsi dan modul yang digunakan oleh pengguna sistem dan juga informasi yang dihasilkan oleh sistem. Dimensi content juga mengukur apakah informasi dan modul sesuai dengan kebutuhan pengguna. Semakin lengkap isi semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna akhir terhadap sistem yang mereka aplikasikan. Isi dari sistem dapat berupa fungsi atau modul dan informasi yang dihasilkan oleh sebuah sistem.
2. Keakuratan (*accuracy*). Kepuasan pengguna diukur dengan melihat tingkat akurasi dari sistem. Akurasi dinilai dari seberapa banyak atau sering sebuah sistem menghasilkan output yang salah atau eror yang biasanya diperoleh dari proses pengolahan data. Semakin tinggi akurasi, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna akhir.

3. Bentuk (*format*). Komponen bentuk mengukur kepuasan akhir dengan tampilan dan estetika keindahan antarmuka sistem yang mereka terapkan. Bentuk, selain dinilai dari segi keindahannya, juga dinilai dari kemudahan akses layar ke pengguna akhir sehingga efektif untuk digunakan.
4. Kemudahan penggunaan sistem (*ease of use*). Dimensi ini tolak ukurnya adalah apakah sistem cukup memberikan kemudahan yang cukup bagi pengguna untuk menggunakan semua fitur yang tersedia untuk memasukkan data, memproses data, pengolahan data hingga pencarian informasi sesuai kebutuhan pengguna.
5. Ketepatan waktu (*timeliness*). Komponen ini mengevaluasi kepuasan pengguna dengan informasi yang dihasilkan oleh sistem dengan ketepatan waktu yang tinggi. Sistem seperti ini dinamakan juga sistem real time, di mana setiap permintaan pemrosesan data yang diajukan oleh pengguna dapat diproses dan hasilnya ditampilkan dengan cepat dan akurat [11].

2.2.7 Instrumen

Instrument merupakan Teknik pengumpulan data untuk melakukan pengukuran yang bertujuan untuk mendapatkan hasil data yang akurat dan terpercaya. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal maka harus memiliki skala likert [20]. Skala likert (*liker scale*) adalah skala respon psikometri terutama bisa digunakan dalam pembagian kuesioner untuk mendapatkan referensi responden atas sebuah pernyataan. Skala liskert bisa digunakan untuk mengukur pendapat, sikap dan kualitas kepuasan pengguna. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan keusioner kemudian peneliti mengolahnya dalam bentuk

kuantitatif, yaitu dengan menetapkan skor untuk tanggapan atas pertanyaan yang dijawab responden dimana pemberian skor tersebut berdasarkan ketentuan yang sudah ada.

Tabel 2.1 Instrumen Skala Likert

PK	STP	TP	N	P	SP
Nilai	1	2	3	4	5

2.2.8 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam KBBI merupakan seluruh jumlah orang atau penduduk di sebuah daerah, jumlah orang atau pribadi yang memiliki ciri-ciri sama, jumlah penghuni yakni manusia maupun makhluk hidup lainnya pada sebuah satuan ruang tertentu, sekelompok benda, orang, maupun hal yang dapat menjadi tempat pengambilan sampel atau sebuah kumpulan yang memenuhi syarat terkait dengan masalah penelitian [21].

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu diterapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya [22]. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah pengguna aplikasi pegadaian digital service pada Pt Pengadaian Rantepao.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi. Dalam kalimat ini mempunyai dua makna yaitu semua unit populasi harus mempunyai peluang untuk terambil sebagai unit sampel, dan sampel dilihat sebagai penduga

populasinya atau sebagai populasi dalam ukuran kecil. Besaran sampel harus cukup untuk menggambarkan populasinya [21].

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi dan sampel untuk penelitian adalah pengguna aplikasi pegadaian digital service di Pegadaian Rantepao. Agar dapat menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = batas toleransi kesalahan 10%

2.2.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono [23] uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas merupakan suatu instrument yang digunakan untuk mengukur suatu data yang telah didapatkan benar-benar data yang valid atau tepat.

Kuesioner dikatakan valid ketika nilai r hitung > r tabel sedangkan ketika nilai r hitung < r tabel maka dapat diambil kesimpulan bahwa kuesioner dinyatakan tidak valid. Adapun rumus yang digunakan kuesioner adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

- r_{xy} : koefisien korelasi variabel x dan y
- n : banyaknya subjek uji coba
- $\sum y$: jumlah skor total
- $\sum x$: jumlah skor tiap item
- $\sum x^2$: jumlah kuadrat skor item
- $\sum y^2$: jumlah kuadrat skor total
- $\sum xy^2$: jumlah skor perkalian item dengan skor total

R tabel merupakan tabel angka yang digunakan untuk menguji hasil uji validitas suatu instrumen penelitian dengan menggunakan *product moment pearson*. Patokan rumus untuk membaca dan menentukan r tabel pada suatu tabel yaitu: $df=n-2$. Namun sebelumnya harus menentukan terlebih dahulu pada taraf signifikan berapakah persen (%) nilai r yang akan dicari.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono [23] uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula.

Tinggi rendahnya reliabilitas dinyatakan oleh suatu nilai yang disebut koefien reliabilitas, berkisaran 0-1. Koefisien reliabilitas dilambangkan r_x dengan x adalah index kasus yang dicari. Pengujian reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach's*.

$$r_{x=\left(\frac{n}{n-1}\right)\left(1-\frac{\sum \sigma t^2}{\sigma t^2}\right)}$$

Keterangan:

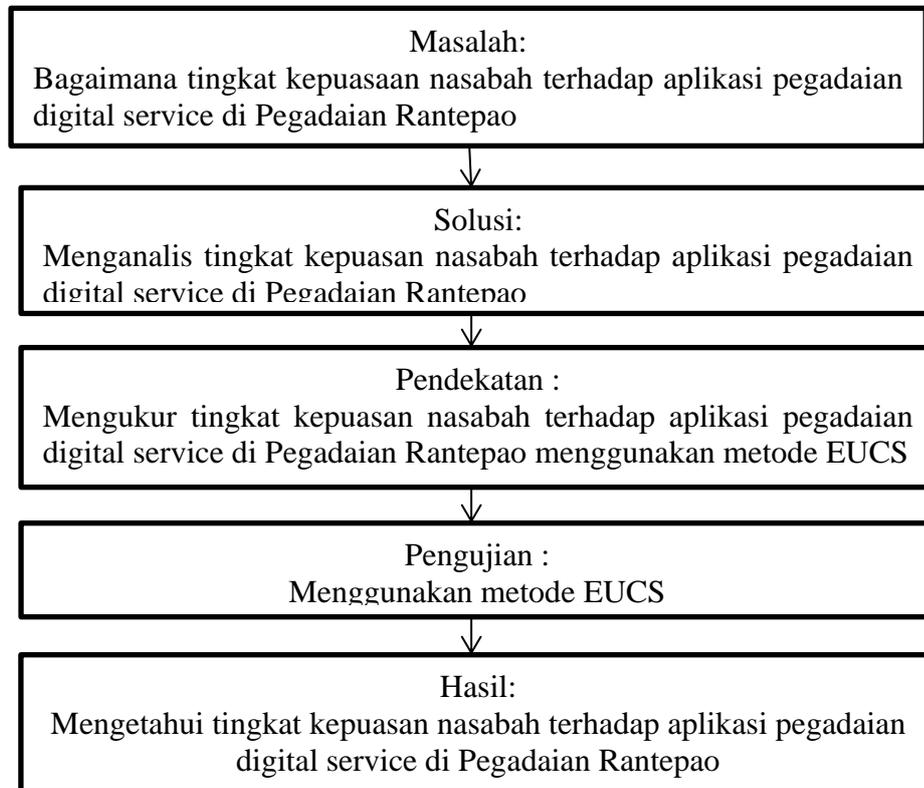
- r_x : reliabilitas yang dicari
 n : jumlah item pertanyaan yang diuji
 $\sum \sigma t^2$: jumlah varians skor tiap-tiap item
 σt^2 : varians total

Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d 0,20, berarti sangat kurang reliabel
- b. Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d 0,40, berarti kurang reliabel
- c. Nilai alpha Cronbach 0,41 s.d 0,60, berarti cukup reliabel
- d. Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d 0,80, berarti reliabel
- e. Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d 1.00, berarti sangat reliabel

2.3 Kerangka Pikir

Kerangka pikir atau masalah tahapan dapat dilihat pada gambar 2.2 :



Gambar 2.2 Kerangka Pikir