

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap kinerja pemasaran yang dimediasi oleh keunggulan bersaing pada sentra IKM Manik-manik Desa Plumbon Gambang Gudo Jombang. Penelitian ini merupakan jenis penelitian verifikatif dengan menggunakan metode penelitian eksplanasi (*Explanatory Research*) dimana sebuah penelitian eksplanatori menurut Singarimbun dalam singarimbun dan Effendi (2006) merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan klausal antara variabel penelitian dengan pengujian hipotesa. Populasi dan sampelnya adalah pemilik rumah industri IKM Manik-manik Plumbon Gambang Gudo Jombang, skala pengukuran menggunakan skala Likert, teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan SEM-PLS, uji hipotesis dengan bantuan program Warp PLS (*Parsial Least Square*) versi 5. 0.

#### **3.2 Lokasi Dan Objek Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Desa Plumbon Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang tepatnya pada sentra Industri IKM Manik-manik. Sedangkan objek penelitian ini pada sentra IKM Manik-manik Desa Plumbon Gambang Gudo. Penelitian akan dilakukan pada masing-masing rumah industri yang membuat kerajinan manik-manik.

### 3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

#### 3.3.1 Variabel penelitian

Dalam penelitian ini ada tiga variabel yaitu variabel dependen (Y), variabel independen (X), dan variabel mediasi (Z).

1. Variabel dependen (*dependent variable*) atau variabel terikat

Dalam penelitian ini variabel dependen adalah kinerja pemasaran.

2. Variabel independent (*independent variable*) atau variabel bebas

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah inovasi.

3. Variabel mediasi atau variabel intervening

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel mediasi atau variabel intervening adalah keunggulan bersaing (Z).

#### 3.3.2 Definisi operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dan atau konstruk dengan cara memberikan arti atau melakukan spesifikasi kegiatan maupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel (Sangjadi dan Sopiah, 2010).

1. Kinerja pemasaran (Y)

Mengacu pada konsep Tatik (2000) dan Ferdinand (2000) kinerja pemasaran dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi pemilik usaha IKM Manik-manik Gudo tentang prestasi pasar dari produknya yang mana perusahaan mampu mempertahankan konsumen yang ada atau menambah konsumen baru. Menurut Johnson dalam (Ferdinand,

2002: 38) terdapat beberapa dimensi untuk mengukur variabel kinerja pemasaran yaitu Indikator dari kinerja pemasaran antara lain:

- a. Pertumbuhan penjualan, prestasi (naik-turunnya) penjualan setiap tahun
- b. Pertumbuhan pelanggan, prestasi (bertambah-berkurangnya) jumlah pelanggan yang membeli manik-manik
- c. Kemampuan laba, kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit (laba) dari setiap tahun

## 2. Inovasi (X)

Mengacu pada konsep Widarti (2011) dan Hartini (2012) bahwa inovasi didefinisikan pemilik usaha adalah cara baru dalam mengerjakan sesuatu proses yang dapat meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk yang dihasilkan. Menurut konsep Kim dan Srivastava (1998) dan Hartini (2012) ada beberapa indikator yang digunakan untuk menilai inovasi produksi (proses) yaitu:

- a. Inovasi teknis adalah inovasi pada proses perusahaan dalam menghasilkan produk baru.
- b. Perbaikan terus menerus pada proses produksi, kemampuan perusahaan untuk menambah desain, bentuk, dan motif dari butiran manik-manik
- c. Pelatihan perusahaan berkaitan dengan perbaikan proses produksi

### 3. Keunggulan bersaing (Z)

Mengacu pada konsep George dan Vickery (1994) bahwa keunggulan bersaing keunggulan bersaing didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai unggul. Indikator yang digunakan untuk mengukur keunggulan bersaing (Song dan Parry, 1997) adalah:

- a. Keunikan produk adalah keunikan produk perusahaan sehingga membedakannya dari produk pesaing atau produk umum di pasaran.
- b. Kualitas produk adalah kualitas dari produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan

Pengertian operasional variabel dan indikator disajikan pada tabel

3.1 sebagai berikut:

Table 3.1 Operasional antar variabel

Variabel	Indikator	Kisi-kisi	Sumber
<b>Kinerja pemasaran (Y)</b>	1. Pertumbuhan penjualan	1. Jumlah penjualan Manik-manik meningkat 2. Pemesanan manik-manik pada 5 tahun terakhir meningkat	(Ferdinand, 2002: 38)
	2. Pertumbuhan pelanggan	3. Konsumen produk manik-manik di sektor lokal meningkat setiap tahun 4. Konsumen produk manik-manik dari wisatawan asing meningkat setiap tahun	
	3. Kemampuan laba	5. Setiap produk mampu menghasilkan keuntungan 6. Setiap tahun mampu menghasilkan keuntungan	

Dilanjutkan...

Lanjutan tabel 3.1 Operasional antar variabel

Variabel	Indikator	Kisi-kisi	Sumber
<b>Inovasi Proses (X)</b>	1. Inovasi teknis	7. Mampu menghasilkan butiran manik dari berbagai macam bahan baku baru (tulang, kayu, mutiara, kuningan, dll) 8. Mampumenghasilkan butiran manik dengan bentuk baru yang menarik 9. Mampumenghasilkan butiran manik dengan motif baru yang menarik 10. Mampu menghasilkan butiran manik dengan corak baru yang menarik	Kim dan Srivastava (1998) dan Hartini (2012)
	2. Perbaikan terus menerus pada proses produksi	11. Mengkombinasi beberapa komponen manik (manik kayu, manik, tulang, manik kaca) menjadi satu produk menarik	
	3. Pelatihan perusahaan berkaitan dengan perbaikan proses produksi	12. Mampu merakit komponen manik-manik menjadi produk baru yang indah dan menarik (dekorasi ruangan, gorden, patung, tanaman hias, dll)	
<b>Keunggulan bersaing</b>	1. Keunikan produk	13. Produk manik-manik memiliki keunikan tersendiri 14. Manik-manik diproduksi dengan menggunakan tangan ( <i>handmade</i> ) dengan kemampuan ( <i>skill</i> ) khusus	(Song dan Parry, 1997)
	2. Kualitas produk	15. Bahan baku manik-manik terdiri dari beberapa komponen (kaca, tulang hewan, kuningan, emas, perak, mutiara, dll) 16. Produk yang dihasilkan memiliki desain yang berbeda	

Sumber: Hasil Olahan Peneliti

### 3.4 Skala Pengukuran

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan pengukuran dengan skala likert. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi

indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Untuk keperluan analisis secara kuantitatif, maka jawaban diberi nilai yaitu 1 sampai dengan 5. Jawaban dari responden yang bersifat kualitatif dikuantitatifkan, dimana jawaban untuk pernyataan diberi nilai sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat setuju (SS)                      diberi skor    5
- b. Jawaban setuju (S)                                    diberi skor    4
- c. Jawaban netral (RG)                                diberi skor    3
- d. Jawaban tidak setuju (TS)                        diberi skor    2
- e. Jawaban sangat tidak setuju (STS)            diberi skor    1

Pada penelitian ini responden diharapkan memilih salah satu dari kelima alternative jawaban yang tersedia, kemudian jawaban yang diberikan akan diberikan nilai tertentu (1,2,3,4, dan 5). Nilai yang diperoleh akan dijumlahkan dan jumlah tersebut menjadi nilai total. Nilai inilah yang akan ditafsirkan sebagai posisi responden dalam skala Likert.

### **3.5 Penentuan Populasi Dan Sampel**

#### **3.5.1 Populasi**

Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah pelaku usaha atau pemilik rumah industri (*Home Industry*) pada Industri Sentra IKM Manik-manik Plumbon Gambang Gudo Jombang. Keseluruhan rumah industri yang masih aktif hingga saat ini terdapat 60 rumah industri.

### 3.5.2 Sampel

Penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling jenuh yaitu penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2014: 68).

Pada penelitian ini sampel yang diambil adalah pimpinan sekaligus pemilik rumah industri manik-manik Gudo Jombang yang berjumlah 60 rumah industri.

## 3.6 Jenis, Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian dilaksanakan untuk menguji hipotesis yang diajukan dengan menggunakan metode penelitian yang telah dirancang sesuai dengan variabel yang akan diteliti agar dapat hasil yang akurat. Pembahasan yang dilakukan dengan menggunakan metode penelitian mencakup jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan datasekunder yaitu:

### 3.6.1 Jenis data

#### 1. Data primer

Informasi yang diperoleh langsung dengan metode survey yang dikumpulkan melalui daftar pertanyaan yang bersifat terstruktur yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Untuk mempermudah responden, angket yang diberikan menggunakan pernyataan-pernyataan tertutup dengan beberapa alternatif jawaban.

## 2. Data sekunder

Informasi yang diperoleh dari data yang menyangkut sentra IKM Manik-manik Plumbon Gambang Gudo Jombang seperti nama pemilik usaha, lama berdirinya usaha, jumlah pemilik usaha.

Studi kepustakaan untuk mendapatkan literature yang berhubungan dengan penelitian ini. Sumber data diperoleh dari jurnal, buku-buku dan data-data yang diperoleh dari internet. Berdasarkan literature yang diperoleh, peneliti berharap dapat memperoleh data dan informasi yang lebih mendalam yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

### 3.6.2 Metode pengumpulan data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari settingnya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (*natural setting*).

Teknik pengumpulan data dapat diartikan sebagai prosedur sistematis dan standart untuk memperoleh data yang diperlukan dengan cara mendekati responden atau orang yang diminta informasinya atau melalui data sekunder (Nazie, Moh 1998) dalam Sony Arvianto, 2016. Peneliti kali ini menggunakan metode pengumpulan data *interview* dan menyebarkan angket.

#### 1. *Interview* (wawancara)

Teknik pengumpulan data ini mendasarkan pada laporan tentang diri sendiri atau *self report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi (Sugiyono, 2014: 138). Teknik *interview* ini diperoleh dari beberapa sumber yang dirasa memiliki kemampuan

untuk menjawab pertanyaan mengenai IKM Manik-manik Plumbon Gambang Gudo Jombang.

## 2. Angket

Angket dalam teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014: 142). Angket diberikan kepada pemilik rumah industri Manik-manik Plumbon Gambang Gudo Jombang.

### 3.7 Uji Instrumen

Kedua konsep ini menjadi penting karena peneliti akan bekerja dengan menggunakan instrument-instrumen analisis lanjutan, dan instrumen-instrumen tersebut mempersyaratkan pemenuhan kriteria validitas dan reliabilitas (Ferdinand, 2014: 217).

#### 3.7.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan (kesalahan) suatu instrumen, Suharsimi (2006). Instrumen yang valid atau tepat dapat digunakan untuk mengukur obyek yang ingin diukur. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur suatu data agar tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud agar tercapai kevalidannya.

Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak valid menurut Sugiyono (2007), dapat diketahui dengan cara mengkolerasikan antara skor butir dengan skor total bila korelasi  $r$  atas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

Adapun uji coba validitas dengan sampel sebanyak 30 responden, dengan hasil uji validitas instrumen dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.2**  
**Uji validitas**

Variabel	item pernyataan	R hitung	Nilai Koefisien Kritis	Keterangan
inovasi proses (X)	X1	0,572	0,30	Valid
	X2	0,890	0,30	Valid
	X3	0,867	0,30	Valid
	X4	0,899	0,30	Valid
	X5	0,815	0,30	Valid
	X6	0,670	0,30	Valid
Keunggulan Bersaing (Z)	Z1	0,759	0,30	Valid
	Z2	0,784	0,30	Valid
	Z3	0,843	0,30	Valid
	Z4	0,776	0,30	Valid
Kinerja Pemasaran (Y)	Y1	0,812	0,30	Valid
	Y2	0,833	0,30	Valid
	Y3	0,594	0,30	Valid
	Y4	0,583	0,30	Valid
	Y5	0,768	0,30	Valid
	Y6	0,754	0,30	Valid

Sumber: data diolah (SPSS 23. 0)

Berdasarkan tabel 3.2 maka data dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang terdapat pada variabel inovasi proses, keunggulan bersaing, dan kinerja pemasaran dinyatakan valid karena nilai R hitung lebih besar dari 0,30.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Merupakan instrumen pengukuran data dan data yang dihasilkan disebut *reliable* atau terpercaya apabila instrumen itu secara konsisten memunculkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran (Ferdinand, 2014: 218).

Reliabilitas menunjukkan bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik (Suharsimi, 2002:154).

Untuk mengetahui suatu alat ukur itu reliabel dapat diuji dengan menggunakan rumus Alpha.

Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* > 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya *cronbach's alpha* < 60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

Adapun uji coba reliabilitas dengan sampel sebanyak 30 responden, dengan hasil uji reliabilitas *instrument* dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Uji reliabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
X	0,863	0,6	Reliabel
Z	0,774	0,6	Reliabel
Y	0,815	0,6	Reliabel

Sumber: data diolah (SPSS 23. 0)

### 3.8 Teknik Analisis Data

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Teknik analisis data adalah salah satu cara yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian untuk mencapai suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau

populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Sugiyono, 2014).

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan frekuensi masing-masing item variabel dengan skala pengukuran satu sampai lima untuk mengetahui kategori rata-rata skor dari responden.

Untuk mengetahui kategori jawaban responden dari masing-masing variabel tergolong tinggi, sedang atau rendah maka ditentukan skala intervalnya dengan cara sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rentang skor} &= \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Banyaknya bilangan}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Sehingga dengan demikian dapat diketahui kategori jawaban responden masing-masing variabel yaitu:

Skor kategori sangat tinggi	: 4,21- 5,00
Skor untuk kategori tinggi	: 3,41- 4,20
Skor untuk kategori sedang	: 2,61 - 4,20
Skor untuk kaegori rendah	: 1,81 - 2,60
Skor untuk kategori sangat rendah	: 1,00 - 1,80

### 3.8.2 Analisis SEM (*Structural Equation Modeling*)-PLS

Menurut Sholihin (2013), SEM-PLS merupakan sebuah pendekatan permodelan kausal yang bertujuan memaksimalkan variansi dari variabel laten kriteria yang dapat dijelaskan oleh variabel laten prediktor.

Secara konseptual, SEM-PLS mirip dengan analisis regresi *ordinary least squares* (OLS), karena bertujuan memaksimalkan variansi variabel endogen yang dapat dijelaskan dalam model. Dengan kata lain, tujuannya adalah memaksimalkan nilai R-squared dan meminimalkan residual atau kesalahan (error) prediksi. Selain itu tujuan yang hampir sama dengan regresi OLS tersebut, tujuan lain SEM-PLS adalah mengevaluasi kualitas data berdasarkan model pengukuran. Oleh karena itu, SEM-PLS dapat dipandang sebagai gabungan regresi dan analisis faktor.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisa Pemodelan Persamaan Struktural/*Structural Equation Modelling* (SEM) dengan pendekatan WarpPLS.

### 3.8.3 Goodness of Fit (Inner Model)

Goodness of Fit yang dimaksud adalah indeks dan ukuran kebaikan hubungan antar variabel laten (Solimun, 2017). Sedangkan menurut Ghozali (2014), *Goodness of Fit* mengukur kesesuaian input observasi/sesungguhnya, dengan prediksi model yang diajukan. Pada Analisis dengan menggunakan WarpPLS, kriteria Goodness of Fit Model dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 3.4**  
**Kriteria Model Fit dan *Quality Indices* WarpPLS**

Model Fit and Quality Indices	Kriteria Fit
Average Path Coefficient (APC)	P<0,05
Average R-Squared (ARS)	P<0,05
Average Adjusted R-Squared (AARS)	P<0,05
Average Block VIF (AVIF)	Acceptable if $\leq 5$ ; Ideally $\leq 3,3$
Average Full Collinearity (AFVIF)	Acceptable if $\leq 5$ ; Ideally $\leq 3,3$

Dilanjutkan...

Lanjutan tabel 3.4 Kriteria Model Fit and Quality Indices WPLS

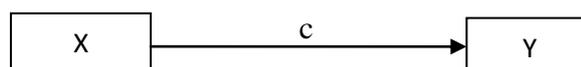
Model Fit and Quality Indices	Kriteria Fit
Tenenhous GoF (GoF)	Small $\geq 0,1$ ; Medium $\geq 0,25$ ; Large $\geq 0,36$
Sympson's Paradox Ratio (SPR)	Acceptable if $\geq 0,7$ ; Ideally = 1
R-Squared Contribution Ratio (RSCR)	Acceptable if $\geq 0,9$ ; Ideally = 1
Statistical Suppression Ratio (SSR)	Acceptable if $\geq 0,7$
Nonlinear Bivariate Causality Direction Ratio (NLBCDR)	Acceptable if $\geq 0,7$

Sumber : Solimun, 2017

#### 3.8.4 Analisis mediasi SEM-PLS

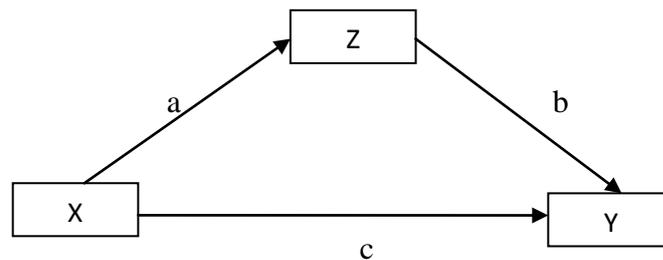
Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan model analisis regresi mediasi dan pengolahan data menggunakan program Warp PLS (*Parsial Least Square*) versi 5. 0. Analisis mediasi SEM-PLS ini digunakan untuk mengetahui dan memperoleh gambaran mengenai pengaruh inovasi (X) terhadap kinerja pemasaran (Y) dengan keunggulan bersaing (Z) Sebagai variabel mediasi. Analisis dalam penelitian ini menggunakan dua metode untuk menunjukkan serangkaian persyaratan yang harus dipenuhi untuk model mediasi. Seperti yang telah diuraikan oleh Baron dan Kenny (1986)

##### 1. Metode Pertama (*Direct Effect*)



Metode ini menggunakan variabel mediasi, dengan ini menunjukkan pengaruh langsung variable independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

## 2. Metode Kedua (*Indirect Effect*)



metode ini menggunakan variabel mediasi, dengan ini menunjukkan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) melalui variabel mediasi (Z). dari kedua metode diatas, terdapat pengambilan kesimpulan tentang mediasi sebagai berikut:

- a. Jika koefisien jalur c dari hasil estimasi metode kedua tetap signifikan dan tidak berubah  $c=c'$  maka hipotesis mediasi tidak didukung
- b. Jika koefisien jalur  $c'$  nilainya turun ( $c' < c$ ) tetapi tetap signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi sebagian (*parsial mediation*)
- c. Jika koefisien jalur  $c'$  hasilnya turun ( $c' < c$ ) dan menjadi tidak signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh (*full mediation*)

### 3.8.5 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis yang telah diajukan dan untuk menguji pengaruh variabel mediasi dalam memediasi variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam pengujian hipotesa dengan analisis regresi mediasi yaitu dengan menggunakan program Warp PLS. Berikut ini hipotesa yang akan diuji dalam penelitian, yaitu:

1. Pengaruh inovasi proses terhadap kinerja pemasaran
2. Pengaruh inovasi proses terhadap keunggulan bersaing
3. Pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran
4. Keunggulan bersaing memediasi pengaruh inovasi proses terhadap kinerja pemasaran

Hipotesa ini diuji pada tingkat signifikan 0,05 (tingkat keyakinan 95%). Untuk mengetahui pengambilan keputusan uji hipotesa, maka dilakukan dengan cara membandingkan tingkat signifikan dan alpha (0,05), dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila signifikan  $< 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jadi variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat
- b. Apabila signifikan  $> 0,05$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel terikat

### 3.8.6 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R Square) digunakan untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen dan proporsi variasi dari variabel dependen yang di terangkan oleh variasi dari variabel-variabel independennya. Jika  $R^2$  yang diperoleh dari hasil perhitungan menunjukkan semakin besar maka dapat dikatakan bahwa sumbangan dari variabel independen terhadap variabel dependen semakin besar. Hal ini berarti model yang digunakan semakin besar untuk menerangkan variabel dependennya.

Pengaruh tinggi rendahnya koefisien determinasi tersebut digunakan pedoman yang dikemukakan oleh Guilford yang dikutip oleh Supranto (2001:227) sebagai berikut:

Table 3.5 Pedoman interpretasi koefisien determinasi

<b>Pernyataan</b>	<b>Keterangan</b>
4%	Pengaruh rendah sekali
5% - 16%	Pengaruh rendah tapi pasti
17% - 49%	Pengaruh cukup berarti
50% - 80%	Pengaruh tinggi ata kuat
>80%	Pengaruh tinggi sekali

Sumber: Supranto (2001:227).