

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro di Desa Sabajior Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Modal Usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro di Desa Sabajior. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 6,387 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 2,052 ($6,387 > 2,052$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik modal yang dimiliki dan digunakan oleh pelaku usaha, maka semakin besar peluang peningkatan pendapatan yang diperoleh. Modal yang cukup dapat membantu pelaku usaha memenuhi kebutuhan operasional, menyediakan barang atau bahan baku, serta mengembangkan usahanya.
2. Strategi Pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro di Desa Sabajior. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 0,296 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 2,052 ($0,296 < 2,052$) dan nilai signifikansi sebesar $0,770 > 0,05$. Dengan demikian, hipotesis kedua ditolak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar pelaku usaha telah melakukan kegiatan pemasaran, penerapannya belum cukup kuat untuk meningkatkan pendapatan secara signifikan. Hal ini dapat disebabkan oleh strategi pemasaran yang masih sederhana dan belum dilakukan secara optimal serta konsisten.
3. Modal Usaha dan Strategi Pemasaran secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro di Desa Sabajior. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji F yang menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 20,696 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,35 ($20,696 > 3,35$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima. Artinya, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran

secara bersama-sama dapat memengaruhi Pendapatan Pelaku Usaha Mikro. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,605 atau 60,5%. Artinya, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran mampu menjelaskan perubahan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro sebesar 60,5%, sedangkan 39,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi pelaku usaha mikro, diharapkan dapat meningkatkan dan mengelola modal usaha dengan baik agar kegiatan operasional dan pengembangan usaha dapat berjalan secara optimal.
2. Dalam hal strategi pemasaran, pelaku usaha diharapkan meningkatkan penggunaan media sosial dan melakukan promosi secara lebih konsisten agar jangkauan konsumen semakin luas.
3. Bagi pemerintah Desa Sabajior, diharapkan dapat memberikan dukungan kepada pelaku usaha mikro melalui pembinaan, pelatihan usaha, dan akses permodalan sehingga usaha dapat berkembang dan meningkatkan pendapatan masyarakat.
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang belum diteliti, seperti kualitas produk, harga, lokasi usaha, pengalaman usaha, dan jumlah pelanggan, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan usaha mikro.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K., Jannah, M., Aiman, U., Hasda, S., Fadila, Z., Taqwin, Masita, Ardiwan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif*.
- Afifah Fakhrun Nisa. (2024). *PENGARUH MODAL USAHA DAN INTENSITAS PEMASARAN DIGITAL TERHADAP PERTUMBUHAN NIM : AFIFAH FAKHRUN NISA*.
- Afifah, S. (2024). *Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran, dan Lama Usaha terhadap Perkembangan UMKM pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Lubuklinggau Timur 1*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
- Alfiah. (2019). *Tafsir Ayat dan Hadis Ekonomi*. Cahaya Firdaus.
- Andni, R. (2024). *Perilaku Konsumen dalam Islam (Konsep Dasar, Ruang Lingkup dan Teori)* (E. Damayanti (ed.)). Widina Media Utama.
- Arif, M. N. R. Al. (2014). *Filosofi Dasar Ekonomi Islam*. 1–51.
- Astuti, M., Sembiring, R., & Argo, J. G. (2023). *Strategi Pemasaran Digital dan Perilaku Teknologi pada Society 4.0* (Marlina (ed.)). Deepublish.
- Badan Pusat Statistik, bps. M. N. (2025). *Kecamatan Panyabungan Barat Kabupaten Mandailing Natal* (Vol. 13).
- Badan Pusat Statistik, bps. M. N. (2026a). *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2025* (Issue 18).
- Badan Pusat Statistik, bps. M. N. (2026b). *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mandailing Natal Tahun 2025* (Issue 03).
- Bawana, T. A., Indiharwati, A., Suharyono, Novriansyah, Y., Sunarta, D. A., Bisyrani, A., Bulqis, R., Albanjari, F. R., Alamsyah, Marlina, N. A., Arofah, R. U., Zahra, Q. S. A., Oktaviani, L., Amruddin, Hanesti, E. M., Wahyuni, Qamaruddin, M., Putri, V. W., & Faraby, M. E. (2023). *Pemasaran Syariah (Teori dan Aplikasi dalam Ekonomi Islam)* (S. Imani (ed.)). CV. Media Sains Indonesia.
- Beik, I. S., Arif, M. N. R. Al, Herianingrum, S., & Hasanah, A. (2022). *Ekonomi Mikro Islam* (A. Sakti & M. S. Nurzaman (eds.)). Bank Indonesia bekerja sama dengan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah dan Perguruan Tinggi.

- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian Dilengkapi dengan Analisis dengan NVIVO, SPSS dan AMOS*. Mitra Wacana Media.
- Fadhilah, J. (2024). *Pengaruh Modal Usaha, Financial Literacy dan Pemanfaatan Social Media terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Studi Kasus pada Pelaku UMKM Sektor Kuliner di Kota Jambi)*. Skripsi, Universitas Jambi.
- Fadhilah, J., Arum, E. D. P., & Wiralestari. (2024). *The Effect of Business Capital , Financial Literacy and Social Media Usage on The Business Performance of Micro , Small and Medium Enterprises (Case Study of MSME Actors in the Culinary Sector in Jambi City) Pengaruh Modal Usaha , Financial Literacy dan*. 2(1), 203–218.
- Fatihudin, D., Firmansyah, M. A., Roosmawarni, A., Mahardhika, B. W., Sadiyah, H., Senoaji, F., Hadi, S., Mauliddah, N., Maharani, R., Rusmawati, Z., Sya'ban, M., Imanuddin, A. F., Danurwindo, M. A., Nuraini, F., Desipradani, G., Sari, T. A. M., Surhman, D., Oktaviani, M., Setiawan, A. P., ... Maretasari, R. (2023). *No Title*.
- Hadi, M. S. (2024). *Fakultas ekonomi*.
- Harahap, R. S. P., Rafia, Munthe, S., & Syah, N. H. (2023). *Pengaruh Modal Usaha Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Binjai*. 3, 290–301.
- Iasoma, A., Sofhian, & Zainuddin, Y. (2021). *PENGARUH MODAL USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN*. 2, 45–60.
- Ichsan, N., & Shafriyani, H. S. (2019). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam , 5 (01), 2019 , 73-80 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro (Studi Pada Nasabah BMT As-Salam). 5(01), 73–80*.
- Irawati, D. M., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2021). Analisis Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 813–827. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.741>
- Irfan, F. M. (2023). *Pengaruh Modal Usaha dan Inovasi Produk terhadap Perkembangan UMKM dengan Digital Marketing sebagai Variabel Moderating dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Empris UMKM Coffee*

- Shop di Kota Bandar Lampung*). Thesis, Universitas Islam Raden Intan Lampung.
- Istiqoh, A. E., Rahayu, I., Darmawan, E., Farhan, A. F., & Asyikin, A. (2026). *Implementation of Downstream Tourism Policy in Riau Islands Province : Penta Helix Review*. 10, 718–729.
- Lasoma, A., Sofhian, S., & Zainuddin, Y. (2021). Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Pengembangan Usaha Mikro di Kecamatan Kabila Kabupaten Bone Bolango. *Finansha: Journal of Sharia Financial Management*, 2(2), 45–60. <https://doi.org/10.15575/fjsfm.v2i2.13923>
- Mahabbah, H. I. N., & Mawardi, A. I. (2024). Implementasi Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) Pada UMKM Alief Onion's. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 183–189. <https://doi.org/https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/2510>
- Malay, M. N. (2022). *Belajar Mudah & Praktis: Analisis Data dengan SPSS dan JASP*. CV. Madani Jata.
- Mansur, A. A., Mujahid, A., & Mahfudz, M. (2025). Strategi Pemasaran Barang dan Jasa Dalam Islam (Perspektif Al-Qur'an). *Jumabi: Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 3(1), 20–33. <https://doi.org/10.56314/jumabi.v3i1.283>
- Marzana, S. K. (2023). *No Title*.
- Nabila, S., Ananda, S. P., Alfariz, M. R., Satriana, A. R., & Siswajanthry, F. (2024). Analisis Peraturan Perundang-Undangan Dalam Mendorong Kemandirian Ekonomi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory*, 2(4), 1776–1782. <https://doi.org/10.62976/ijijel.v2i4.718>
- Nasriandani, E., Taufiq, M., Islam, U., Sjech, N., & Djambek, D. (2023). *Pengaruh Modal Dan Pemasaran Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Pada Produksi Kerupuk Kamang Berdasarkan Prespektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kecamatan Kamang Magek)*. 1(1).
- Nasution, D. P., & Faried, A. I. (2020). *Pendapatan usaha kecil berbasis pengembangan usaha*.
- Nisa, A. F. (2024). *Pengaruh Modal Usaha dan Intensitas Pemasaran Digital*

- terhadap Pertumbuhan Pendapatan UMKM di Balikpapan. Skripsi, Politeknik Negeri Bali.
- Prasojo, D. J., & Rusdi, D. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Kinerja Keuangan UMKM*. 2, 1–12.
- Purba, D. S., Kurniullah, A. Z., Banjarnahor, A. R., Revida, E., Purba, S., Purba, P. B., Sari, A. P., Hasyim, Butarbutar, Y. M., Fuadi, Aznur, T. Z., Purba, B., & Rahmadana, M. F. (2021). *Manajemen Usaha Kecil dan Menengah* (A. Karim & J. Simarmata (eds.)). Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Rifa'i, M., & Husinsah. (2022). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* (M. R. Syahputra (ed.)). Perdana Publishing.
- Romli, N. A., Lena, S. V. V., Tingga, C. P., Sugiat, M. A., Widati, E., Lie, D., Kusuma, R. C. S. D., Sherly, Pertiwi, W. N. B., Sidabutar, N., Sefudin, A., Trenggana, A. F. M., Sinaga, O. S., & Anggraini, N. (2022). *Marketing 4.0: Konsep dan Implementasinya*. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian* (T. Koryati (ed.)). Penerbit KBM Indonesia.
- Sahputra, N. (2020). *Manajemen Keuangan Syariah* (M. R. Syahputra (ed.)). Undhar Press.
- Sembiring, T. B., Irmawati, Sabir, M., & Tjahyadi, I. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori dan Praktik)* (B. Ismaya (ed.)). Saba Jaya Publisher.
- Sembiring, T. B., Wahyono, D. rDw., Angkejaya, dr. O. W., Aji, L. J., & Rizal Yahya Luthfian. (2023). *No Title*.
- Sudirman, I., & Musa, M. I. (2023). *Strategi Pemasaran* (Ansar (ed.)). Penerbit Intelektual Karya Nusantara.
- Yuliadi, Purba, N. M. B., & Erni Yanti Natalia. (2024). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI*. 8(2), 143–151.

Lampiran I Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kpd Yth:

Bapak/Ibu/ Saudara/I Responden

Pelaku Usaha Mikro di Desa Sabajior Kecamatan Panybaungan Barat

Dengan Hormat

Perkenalkan saya **Salwa Selvia**, Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (Stain Madina). Saat ini saya melakukan penelitian dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jenjang strata saru (SI).

Adapun penelitian yang saya lakukan berjudul “**Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Pendapatan Pelaku Usaha Mikro di Desa Sabajior Kecamatan Panyabungan barat Kabupaten Mandailing Natal.**”

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data primer. Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu /Saudara/I selaku pelaku usaha mikro di desa sabajior Kecamatan Panybaungan Barat untuk berkenan mengisi kuesioner ini sesuai kondisi dan pengalaman sebenarnya.

Jawaban yang Bapak/Ibu /Saudara/I berikan sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini .Seluruh informasi yang diperoleh akan digunakan hanya untuk digunakan untuk kepentingan akademik dan dijamin kerahasiannya. Tidak ada jawaban yang benar dan salah dalam pengisian kuesioner ini, Sehingga diharapkan Bapak/Ibu /Saudara/I dapat memberikan jawaban secara jujur sesuai keadaan yang dijalankan.

Hormat Saya

Salwa Selvia

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

1. Sebelum mengisi Kuesioner, mohon melengkapi identitas responden
2. jawaban atas pertanyaan dilakukan dengan memberikan tanda checklist/ centang (v) pada salah satu jawaban yang dianggap paling sesuai dengan kondisi sebenarnya. Responden dimohon untuk dapat menjawab setiap pertanyaan dengan keyakinan pribadi serta tidak mengosongkan satu jawaban dan setiap pertanyaan hanya boleh ada satu tanda jawaban.
3. Keterangan
4. 1 : Sangat Tidak Setuju
5. 2 : Tidak Setuju
6. 3: Netral
7. 4: Setuju
8. 5 : Setuju
9. Identitas Responden:
10. 1. Nama :
11. 2. Jenis Kelamin :
12. 3. Jenis Usaha :
13. 4. Lama Usaha :

NO	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		SS	S	N	TS	STS
MODAL USAHA (X ₁)						
Modal sebagai syarat usaha						
1	Modal merupakan kebutuhan penting dalam menjalankan usaha saya					
2	Modal yang saya miliki cukup untuk menjalankan kegiatan usaha sehari-hari					
3	Modal yang saya miliki membantu kelancaran kegiatan usaha saya					
Besarnya modal usaha						
4	Modal ya ng saya miliki sesuai kebutuhan saya					

5	Modal yang saya miliki cukup untuk membeli barang atau bahan baku usaha					
6	Saya membutuhkan tambahan modal ketika ingin mengembangkan usaha					
Sumber Modal Usaha						
7	Modal usaha saya berasal dari sumber yang jelas					
8	Saya menggunakan modal sendiri dalam menjalankan usaha					
Kemudahan Memperoleh Modal						
9	Sumber modal yang saya miliki mampu memenuhi kebutuhan usaha saya					
10	Saya memiliki akses yang mudah untuk memperoleh tambahan modal ketika usaha membutuhkannya					

NO	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		SS	S	N	TS	STS
STRATEGI PEMASARAN (X ₂)						
1	Saya selalu menjaga kualitas produk atau jasa yang saya tawarkan					
Product						
2	Produk atau jasa yang saya tawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen					
3	Saya menyediakan produk atau jasa yang memiliki keunggulan bagi konsumen					
4	Saya menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk atau jasa yang saya tawarkan					
Price						
5	Harga yang saya tetapkan mampu bersaing dengan usaha sejenis					
6	Harga produk atau jasa yang saya tawarkan dapat dijangkau oleh konsumen					
Place						
7	Lokasi usaha saya mudah dijangkau oleh pelanggan					
8	Saya mengatur tempat usaha agar pelanggan merasa nyaman					
Promotion						
9	Saya melakukan promosi untuk memperkenalkan produk atau jasa kepada pelanggan					
10	Saya memanfaatkan whatSAPP , Facebook atau media sosial lainnya untuk mempromosikan usaha saya					

NO	PERNYATAAN	PENILAIAN					
		SS	S	N	TS	STS	
PENDAPATAN PELAKU USAHA MIKRO (Y)							
Peningkatan Omzet Penjualan							
1	Omzet penjualan usaha saya mengalami peningkatan dari waktu ke waktu						
2	Jumlah penjualan usaha saya mengalami peningkatan dibanding sebelumnya						
3	Pendapatan usaha saya mengalami peningkatan dibanding periode sebelumnya						
Peningkatan Laba Usaha							
4	Penerimaan dari hasil penjualan usaha saya cenderung meningkat						
5	Keuntungan yang saya peroleh dari usaha mengalami peningkatan						
Stabilitas Pendapatan Usaha							
6	Pendapatan usaha saya relatif stabil dari bulan ke bulan						
7	Saya mampu mempertahankan pendapatan usaha meskipun terjadi perubahan jumlah penjualan						
Kemampuan memenuhi kebutuhan							
8	Pendapatan usaha saya mampu memenuhi biaya operasional usaha						
9	Pendapatan usaha saya dapat digunakan untuk membeli kembali barang atau bahan baku usaha						
10	Pendapatan usaha saya dapat digunakan untuk mengembangkan usaha						

Lampira II, Tabulasi Penelitian

Modal Usaha (X₁)

No	Modal Usaha (X ₁)										Total_X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43
2	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	34
4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	44
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	43
6	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
7	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	33
8	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	43
9	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	46
10	5	4	3	3	3	3	4	3	3	4	35
11	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	46
12	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	44
13	4	4	3	4	5	3	4	4	3	4	38
14	3	3	4	4	3	3	5	3	4	3	35
15	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
16	4	3	5	4	4	4	5	4	3	4	40
17	3	4	4	3	5	3	4	3	4	3	36
18	5	4	3	3	3	5	3	5	5	5	41
19	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	43
20	3	3	5	4	4	4	5	3	4	3	38
21	4	4	3	3	3	4	3	4	5	4	37
22	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	46
23	3	4	5	5	5	4	4	4	3	4	41
24	4	5	4	4	4	4	3	3	5	4	40
25	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	46
26	5	3	4	4	5	3	5	5	5	4	43
27	3	4	4	3	4	5	4	3	3	4	37
28	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	47
29	4	3	4	3	5	3	3	3	4	4	36
30	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	47

Strategi Pemasaran (X₂)

No	Startegi pemasaran										Total_X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	47
2	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	39
3	5	4	4	3	3	3	3	4	3	2	34
4	4	3	5	5	4	3	5	5	5	4	43
5	5	4	3	3	5	5	3	4	3	4	39
6	3	5	4	4	3	4	5	5	4	2	39
7	4	4	5	5	4	3	3	5	4	3	40
8	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	31
9	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	42
10	5	5	3	3	5	4	3	4	5	3	40
11	3	4	5	4	3	5	4	5	4	5	42
12	5	3	4	3	5	3	5	3	4	4	39
13	3	4	3	2	4	4	4	4	3	3	34
14	4	5	4	3	3	3	3	5	4	4	38
15	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	32
16	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	45
17	5	3	5	4	3	3	3	5	4	3	38
18	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	41
19	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
20	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	43
21	4	3	5	3	5	4	3	3	4	3	37
22	5	4	4	4	4	5	4	5	3	5	43
23	3	3	5	4	3	4	5	4	4	4	39
24	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	46
25	3	4	5	4	3	3	4	4	5	4	39
26	5	3	4	5	4	4	5	3	4	5	42
27	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
28	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	40
29	3	3	5	4	5	3	4	5	4	3	39
30	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	45

Pendapatan Pelaku Usaha Mikro (Y)

No	Pendapatan pelaku usaha mikro										
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total_Y
Correlations											
1	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43
2	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	35
4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	44
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	43
6	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
7	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	33
8	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	43
9	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	47
10	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	34
11	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
12	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	46
13	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
14	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	35
15	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
16	4	3	3	4	3	4	5	4	3	4	37
17	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3	37
18	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	46
19	4	5	3	4	5	4	4	5	3	5	42
20	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	36
21	4	4	5	5	4	4	4	4	5	3	42
22	5	5	3	4	5	5	5	5	3	5	45
23	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
24	3	5	5	3	5	5	4	5	5	3	43
25	4	3	4	5	4	3	5	4	4	5	41
26	4	4	3	3	4	5	4	5	3	5	40
27	5	5	5	5	5	3	3	4	5	3	43
28	3	3	4	4	4	4	5	3	4	5	39
29	4	5	3	5	3	5	4	5	3	5	42
30	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45

		X101	X102	X103	X104	X105	X106	X107	X108	X109	X110	Total_skor
X101	Pearson Correlation	1	0,300	0,025	0,281	0,152	0,341	0,074	.669**	.429*	.725**	.651**
	Sig. (2-tailed)		0,107	0,894	0,132	0,422	0,065	0,699	0,000	0,018	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X102	Pearson Correlation	0,300	1	0,027	.428*	0,292	.428*	0,144	.473**	0,144	.569**	.610**
	Sig. (2-tailed)	0,107		0,887	0,018	0,118	0,018	0,448	0,008	0,448	0,001	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X103	Pearson Correlation	0,025	0,027	1	.471**	.388*	.407*	0,352	0,227	0,287	0,122	.530**
	Sig. (2-tailed)	0,894	0,887		0,009	0,034	0,026	0,056	0,228	0,124	0,522	0,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X104	Pearson Correlation	0,281	.428*	.471**	1	0,335	0,341	.565**	.556**	0,135	.534**	.748**
	Sig. (2-tailed)	0,132	0,018	0,009		0,071	0,065	0,001	0,001	0,477	0,002	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X105	Pearson Correlation	0,152	0,292	.388*	0,335	1	-0,030	0,229	0,276	-0,070	0,194	.443*
	Sig. (2-tailed)	0,422	0,118	0,034	0,071		0,873	0,224	0,140	0,715	0,304	0,014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X106	Pearson Correlation	0,341	.428*	.407*	0,341	-0,030	1	0,012	.556**	.370*	.598**	.651**
	Sig. (2-tailed)	0,065	0,018	0,026	0,065	0,873		0,949	0,001	0,044	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X107	Pearson Correlation	0,074	0,144	0,352	.565**	0,229	0,012	1	0,273	-0,173	0,222	.432*
	Sig. (2-tailed)	0,699	0,448	0,056	0,001	0,224	0,949		0,145	0,361	0,239	0,017
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X108	Pearson Correlation	.669**	.473**	0,227	.556**	0,276	.556**	0,273	1	.428*	.764**	.849**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,008	0,228	0,001	0,140	0,001	0,145		0,018	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X109	Pearson Correlation	.429*	0,144	0,287	0,135	-0,070	.370*	-0,173	.428*	1	0,287	.465**

	Sig. (2-tailed)	0,018	0,448	0,124	0,477	0,715	0,044	0,361	0,018		0,124	0,010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X110	Pearson Correlation	.725**	.569**	0,122	.534**	0,194	.598**	0,222	.764**	0,287	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,522	0,002	0,304	0,000	0,239	0,000	0,124		0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_skor	Pearson Correlation	.651**	.610**	.530**	.748**	.443*	.651**	.432*	.849**	.465**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,003	0,000	0,014	0,000	0,017	0,000	0,010	0,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Hasil Uji Strategi Pemasaran (X₂)

Correlations

		X201	X202	X203	X204	X205	X206	X207	X208	X209	X210	Total skor
X201	Pearson Correlation	1	0,308	0,130	0,156	.458*	0,231	0,034	0,019	0,110	0,144	.505**
	Sig. (2-tailed)		0,098	0,495	0,409	0,011	0,219	0,859	0,919	0,563	0,448	0,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X202	Pearson Correlation	0,308	1	0,007	0,156	0,112	.377*	0,106	0,262	0,230	-0,003	.490**
	Sig. (2-tailed)	0,098		0,971	0,409	0,555	0,040	0,577	0,162	0,222	0,987	0,006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X203	Pearson Correlation	0,130	0,007	1	.423*	-0,014	-0,025	0,179	0,358	.453*	0,059	.497**
	Sig. (2-tailed)	0,495	0,971		0,020	0,940	0,894	0,343	0,052	0,012	0,758	0,005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X204	Pearson Correlation	0,156	0,156	.423*	1	0,112	0,157	.510**	0,211	.459*	0,326	.683**
	Sig. (2-tailed)	0,409	0,409	0,020		0,555	0,406	0,004	0,262	0,011	0,079	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X205	Pearson Correlation	.458*	0,112	-0,014	0,112	1	0,298	0,198	-0,073	0,177	0,200	.474**
	Sig. (2-tailed)	0,011	0,555	0,940	0,555		0,110	0,295	0,703	0,348	0,289	0,008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X206	Pearson Correlation	0,231	.377*	-0,025	0,157	0,298	1	0,179	-0,010	-0,179	.379*	.468**
	Sig. (2-tailed)	0,219	0,040	0,894	0,406	0,110		0,344	0,956	0,343	0,039	0,009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X207	Pearson Correlation	0,034	0,106	0,179	.510**	0,198	0,179	1	0,067	0,220	.369*	.563**
	Sig. (2-tailed)	0,859	0,577	0,343	0,004	0,295	0,344		0,723	0,243	0,045	0,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X208	Pearson Correlation	0,019	0,262	0,358	0,211	-0,073	-0,010	0,067	1	0,110	0,108	.407*

	Sig. (2-tailed)	0,919	0,162	0,052	0,262	0,703	0,956	0,723		0,564	0,571	0,026
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X209	Pearson Correlation	0,110	0,230	.453*	.459*	0,177	-0,179	0,220	0,110	1	0,102	.508**
	Sig. (2-tailed)	0,563	0,222	0,012	0,011	0,348	0,343	0,243	0,564		0,590	0,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X210	Pearson Correlation	0,144	-0,003	0,059	0,326	0,200	.379*	.369*	0,108	0,102	1	.539**
	Sig. (2-tailed)	0,448	0,987	0,758	0,079	0,289	0,039	0,045	0,571	0,590		0,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_skor	Pearson Correlation	.505**	.490**	.497**	.683**	.474**	.468**	.563**	.407*	.508**	.539**	1
	Sig. (2-tailed)	0,004	0,006	0,005	0,000	0,008	0,009	0,001	0,026	0,004	0,002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												



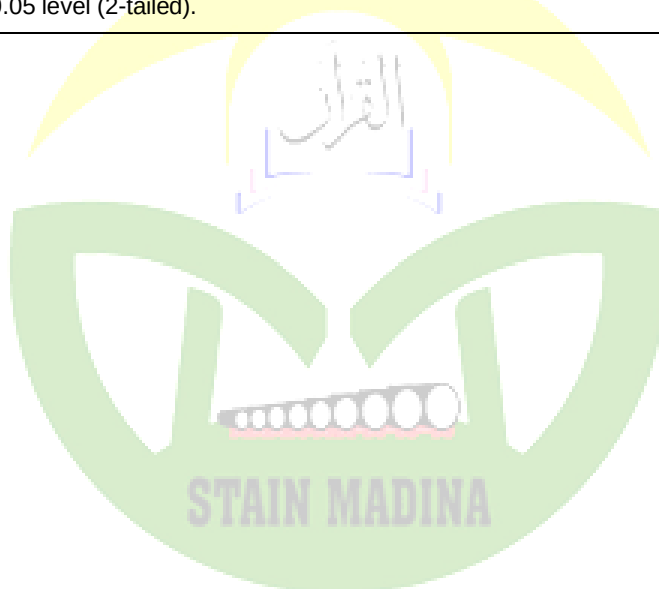
Hasil Uji Pendapatan Pelaku Usaha Mikro (Y)

[illegible]

Y_9	Pearson Correlation	0,341	0,089	1.000**	0,269	0,333	0,211	0,055	0,004	1	-0,318	.514**
	Sig. (2-tailed)	0,065	0,639	0,000	0,150	0,073	0,264	0,775	0,982		0,087	0,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y_10	Pearson Correlation	.389*	0,259	-0,318	.373*	0,259	.431*	.502**	0,310	-0,318	1	.479**
	Sig. (2-tailed)	0,034	0,168	0,087	0,042	0,168	0,018	0,005	0,095	0,087		0,007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_skor	Pearson Correlation	.831**	.642**	.514**	.612**	.695**	.623**	.452*	.594**	.514**	.479**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,004	0,000	0,000	0,000	0,012	0,001	0,004	0,007	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Hasil Uji Reliabelitas Modal Usaha (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,822	10

Hasil Uji Reliabelitas Strategi Pemasaran (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,689	10

Hasil Uji Pendapatan Pelaku Usaha Mikro (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,798	10

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,77938244
Most Extreme Differences	Absolute	0,062
	Positive	0,062
	Negative	-0,057
Test Statistic		0,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

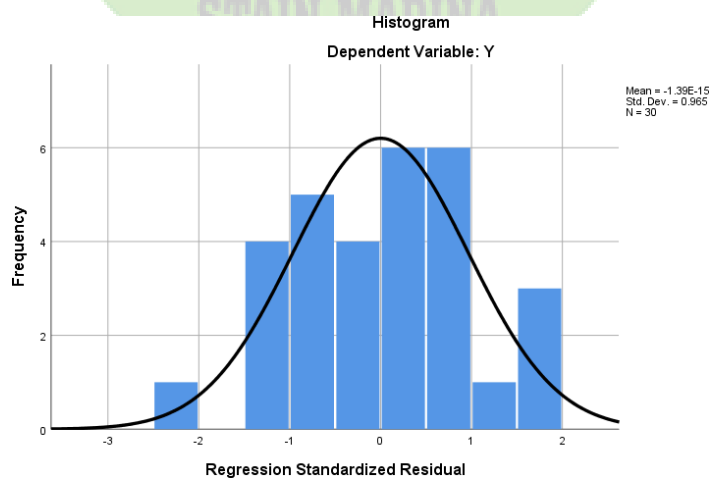
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

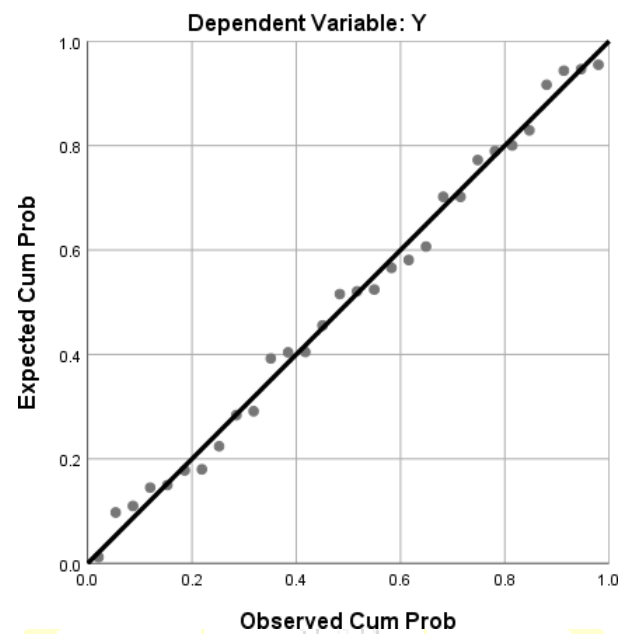
d. This is a lower bound of the true significance.

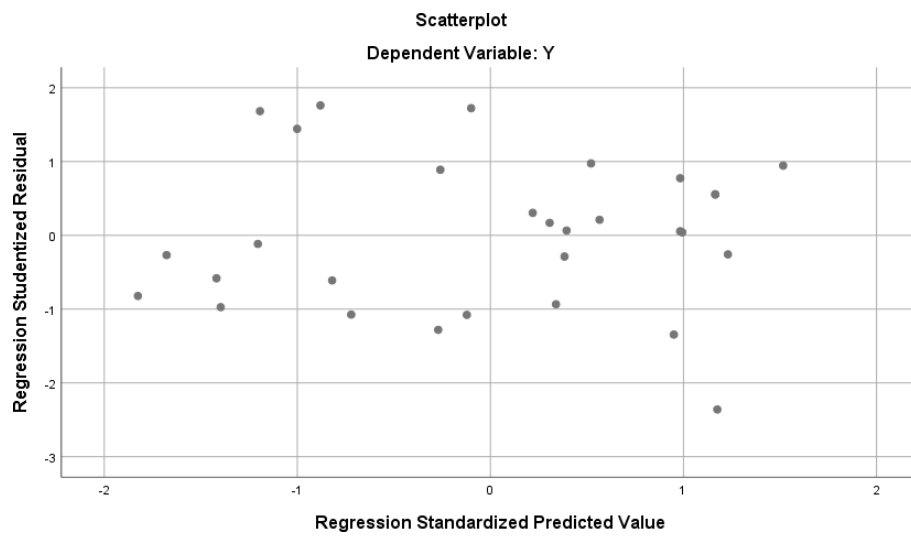
Hasil Histogram Uji Normalitas



Hasil Normal P-Plot Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





**Hasil
Uji**

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,331	6,787		1,375	0,180
	X1	0,738	0,115	0,774	6,387	0,000
	X2	0,038	0,128	0,036	0,296	0,770

a. Dependent Variable: Y

Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,328	3,979		0,837	0,410
	Modal Usaha	-0,048	0,068	-0,135	-0,708	0,485
	Strategi Pemasaran	0,021	0,075	0,055	0,286	0,777

a. Dependent Variable: ABS

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,331	6,787		1,375	0,180
	X1	0,738	0,115	0,774	6,387	0,000
	X2	0,038	0,128	0,036	0,296	0,770

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	343,443	2	171,721	20,696	.000 ^b
	Residual	224,024	27	8,297		
	Total	567,467	29			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

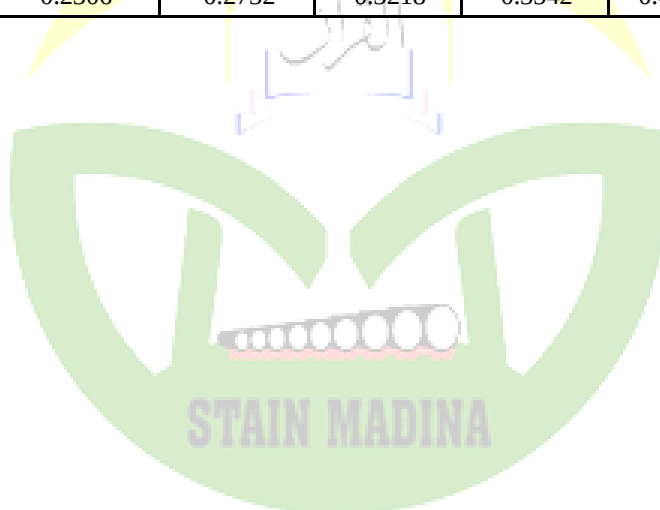
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.778 ^a	0,605	0,576	2,8805

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Lampiran IV r-tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikasi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikasi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0,8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0,8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0,7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0,5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322

34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432



Df=(N-2-1)	Tingkat Signifikansi untuk Satu Arah					94
	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005	
	Tingkat Signifikansi untuk Dua Arah					
	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001	
1	6.3138	12.7062	31.8205	63.6567	636.6192	
2	2.9200	4.027	6.9646	9.9248	31.5991	
3	2.3534	3.824	4.5407	5.8409	12.9240	
4	2.1318	2.7764	3.7469	4.6041	8.6103	
5	2.0150	2.5706	3.3649	4.0321	6.8688	
6	1.9432	2.4469	3.1427	3.7074	5.9588	
7	1.8946	2.3646	2.9980	3.4995	5.4079	
8	1.8595	2.3060	2.8965	3.3554	5.0413	
9	1.8331	2.2622	2.8214	3.2498	4.7809	
10	1.8125	2.2281	2.7638	3.1693	4.5869	
11	1.7959	2.2010	2.7181	3.1058	4.4370	
12	1.7823	2.1788	2.6810	3.0545	4.3178	
13	1.7709	2.1604	2.6503	3.0123	4.2208	
14	1.7613	2.1448	2.6245	2.9768	4.1405	
15	1.7531	2.1314	2.6025	2.9467	4.0728	
16	1.7459	2.1199	2.5835	2.9208	4.0150	
17	1.7396	2.1098	2.5669	2.8982	3.9651	
18	1.7341	2.1009	2.5524	2.8784	3.9216	
19	1.7291	2.0930	2.5395	2.8609	3.8834	
20	1.7247	2.0860	2.5280	2.8453	3.8495	
21	1.7207	2.0796	2.5176	2.8314	3.8193	
22	1.7171	2.0739	2.5083	2.8188	3.7921	
23	1.7139	2.0687	2.4999	2.8073	3.7676	
24	1.7109	2.0639	2.4922	2.7969	3.7454	
25	1.7081	2.0595	2.4851	2.7874	3.7251	
26	1.7056	2.0555	2.4786	2.7787	3.7066	
27	1.7033	2.0518	2.4727	2.7707	3.6896	
28	1.7011	2.0484	2.4671	2.7633	3.6739	
29	1.6991	2.0452	2.4620	2.7564	3.6594	
30	1.6973	2.0423	2.4573	2.7500	3.6460	
31	1.6955	2.0395	2.4528	2.7440	3.6335	
32	1.6939	2.0369	2.4487	2.7385	3.6218	
33	1.6924	2.0345	2.4448	2.7333	3.6109	
34	1.6909	2.0322	2.4411	2.7284	3.6007	
35	1.6896	2.0301	2.4377	2.7238	3.5911	
36	1.6883	2.0281	2.4345	2.7195	3.5821	
37	1.6871	2.0262	2.4314	2.7154	3.5737	
38	1.6860	2.0244	2.4286	2.7116	3.5657	
39	1.6849	2.0227	2.4258	2.7079	3.5581	
40	1.6839	2.0211	2.4233	2.7045	3.5510	
41	1.6829	2.0195	2.4208	2.7012	3.5442	
42	1.6820	2.0181	2.4185	2.6981	3.5377	
43	1.6811	2.0167	2.4163	2.6951	3.5316	
44	1.6802	2.0154	2.4141	2.6923	3.5258	
45	1.6794	2.0141	2.4121	2.6896	3.5203	
46	1.6787	2.0129	2.4102	2.6870	3.5150	
47	1.6779	2.0117	2.4083	2.6846	3.5099	
48	1.6772	2.0106	2.4066	2.6822	3.5051	
49	1.6766	2.0096	2.4049	2.6800	3.5004	
50	1.6759	2.0086	2.4033	2.6778	3.4960	

Lampiran VII Ftabel

TABEL UJI F

$$\alpha = 0,05$$

df pembilang (k-1)	df penyebut (n-k)							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161,448	199,500	215,707	224,583	230,162	233,986	236,768	238,883
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	2,270	2,201
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152

46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130



Lampiran V Dokumentasi





BIODATA PENULIS

Nama lengkap : Salwa Selvia
Tempat / tanggal lahir : Sabajior, 15 Desember 2004
Agama : Islam
Jenis kelamin : Perempuan
Anak ke : 1 dari 3 bersaudara
Alamat : Sabajior
Kewarganegaraan : Indonesia
No telepon/ hp : 085836772881
Email : salwaselvia93@gmail.com

**Identitas orang tua**

1. Nama ayah : Muhammad Yusuf
2. Nama ibu : Imma Hayati

Pendidikan

1. SD Negeri 138 Sabajior
2. SMP Negeri 6 Panyabungan
3. SMK Negeri 1 Panyabungan
4. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Mandailing Natal

