

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah teknologi informasi, desain produk dan daya saing pada *Coffee shop* di Kota Tasikmalaya. Sedangkan yang menjadi ruang lingkup penelitian adalah seberapa jauh pengaruh dari teknologi informasi, desain produk terhadap daya saing pada *Coffee Shop* di Kota Tasikmalaya.

#### **3.2. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi dan desain produk terhadap kualitas produksi adalah metode penelitian survey. Penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut untuk menemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel. Penelitian survey digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data misalnya, kuisisioner, test, wawancara dan sebagainya (Sugiyono, 2013).

### 3.2.1. Operasionalisasi Variabel

**Tabel 3.1 Variabel dan Definisi Operasional**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Ukuran	Satuan	Skala
Teknologi Informasi (X1)	Teknologi informasi adalah suatu bentuk teknologi yang memiliki kegunaan sebagai pengolah data, baik memanipulasi, menyimpan, menyusun, mendapatkan maupun memproses data dengan berbagai macam metode untuk mendapatkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang akurat, relevan dan tepat waktu yang mana dapat digunakan untuk keperluan bisnis, pribadi, maupun pemerintahan dan juga merupakan sebuah informasi yang strategis untuk digunakan dalam mengambil keputusan. Sutabri 2014 (dalam Juhriyansyah, 2020:3).	1. Kecanggihan Teknologi	- Menggunakan teknologi terbaru.	Skor	Ordinal
		2. Kecanggihan Informasi	- Menyediakan informasi <i>coffee shop</i> sebagai daya tarik konsumen.		
		3. Kecanggihan Fungsional	- Mempermudah operasional perusahaan.		
		4. Kecanggihan Manajerial	- Mempermudah pembagian operasi produksi sehingga didapatkan efektifitas kerja.		
Desain Produk	Desain produk dapat menyatakan dirinya	1. Kualitas Produk	- Produk memiliki kualitas yang sesuai dengan	Skor	Ordinal

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Ukuran	Satuan	Skala
(X2)	dalam konsep, teknologi dan kemasan. Semua perusahaan dengan berbagai macam jenis desain yang berpusat pada teknologi, mode dan industri makanan harus selalu mengingat bahwa berlangsungnya proses kreatif memiliki pengaruh yang penting bagi produksi (Heizer & Render, 2009).	2. Waktu Pengembangan Produk	standar perusahaan. - Produk memiliki konsep yang unik. - Memiliki waktu untuk mengembangkan produk. - Mempunyai jadwal untuk mengembangkan produk yang sudah ada atau produk baru.		
		3. Kapabilitas Pengembangan	- Mempunyai tim R&D (Research and Development). - Riset produk baru.		
Daya Saing (X3)	Daya saing berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi pasar melebihi pesaingnya dengan cara mengembangkan kapabilitas dan kompetensi perusahaan (Munizu, 2021).	1. Biaya 2. Kualitas 3. Waktu	- Operasi dengan biaya rendah. - Kualitas terbaik, kualitas yang konsisten. - Kecepatan operasi dan kecepatan	Skor	Ordinal

---

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Ukuran</b>	<b>Satuan</b>	<b>Skala</b>
			pengembangan produk.		
		4. Fleksibilitas	- Kostumisasi, variasi dan fleksibilitas volume.		

---

### **3.2.2. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kegiatan penelitian, untuk memperoleh informasi dalam rangka mencapai tujuan penelitian. Teknik pengumpulan data adalah suatu langkah yang dinilai strategis dalam penelitian, karena mempunyai tujuan yang utama dalam memperoleh data (Sugiyono, 2013).

#### **3.2.1.1. Jenis Data**

##### **1. Data Primer**

Didalam penelitian ini menggunakan data primer, menurut Bungin (Hadi, 2006) data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Sementara menurut Amirin (Rahmadi, 2011) data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber-sumber primer atau sumber asli yang membuat informasi atau data penelitian. Data primer didapatkan dari individu, atau responden yang sudah diatur oleh peneliti dan opini yang digunakan untuk isu tertentu. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang berhubungan dengan teknologi informasi, desain produk dan daya saing yang diperoleh langsung dari responden, pelaku bisnis *coffee shop* di Kota Tasikmalaya.

##### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau data dokumentasi dari perusahaan yang tersedia dan dapat digunakan untuk kepentingan organisasi atau luar organisasi (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Data sekunder dapat dicari di internet, arsip perusahaan, publikasi pemerintah atau buku.

Data sekunder pada penelitian ini adalah bersumber dari penelitian terdahulu yang terdiri dari skripsi dan jurnal-jurnal dengan permasalahan yang dibahas.

### **3.2.1.2. Populasi Sasaran**

Populasi adalah keseluruhan dari unit yang diteliti, kumpulan individu dengan kualitas dan ciri-ciri yang telah ditetapkan, sekelompok orang, kejadian dan segala segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu serta wilayah yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan penulis untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016).

Pengertian populasi yang lebih kompleks yaitu populasi bukan sekadar jumlah yang ada pada subjek yang akan diteliti, tetapi juga meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek tersebut. Adapun populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah *coffee shop* di Kota Tasikmalaya yaitu sebanyak 335 coffee shop yang terdaftar (Menurut Open Data Jabar, 2021).

### **3.2.1.3. Penentuan Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Maka dari itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representative* (mewakili)

Penentuan sampel adalah hal yang paling penting dalam melakukan penelitian, karena membutuhkan sampel yang memiliki karakteristik dari populasi penelitian yang diwakilinya. Dalam penelitian ini teknik sampel yang digunakan

adalah *probability sampling*, yaitu dengan metode *Cluster Sampling*. *Cluster sampling* adalah pengambilan sampel dengan cara populasi target dibagi terlebih dahulu menjadi beberapa *cluster*, *cluster sampling* dapat disebut dengan sampel area. *Cluster sampling* dapat terdiri dari wilayah geografis seperti: kabupaten, kota atau batas-batas tertentu dalam suatu wilayah (Sekaran & Bougie, 2016).

Penentuan sampel dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan rumus slovin. Rumus slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang sudah diketahui jumlahnya (Sugiyono, 2013). Jumlah populasi yang akan diambil sampel adalah 335 coffee shop yang ada di Kota Tasikmalaya. Untuk tingkat presisi yang ditetapkan dalam penentuan sampel adalah 1%.

Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolelir, kemudian di kuadratkan.

Berdasarkan rumus slovin, maka besarnya penarikan sampel penelitian adalah:

$$n = \frac{335}{1 + 335(0,1)^2}$$

$$n = 77$$

Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 80 coffee shop yang ada di Kota Tasikmalaya. Untuk berjaga-jaga jika ada kuesioner yang tidak lengkap atau kesulitan menemui responden.

Berikut disajikan tabel pembagian cluster sampling berdasarkan kecamatan yang ada di Kota Tasikmalaya. Kota Tasikmalaya memiliki 10 kecamatan diantaranya adalah: Kecamatan Bungursari, Kecamatan Cibeureum, Kecamatan Cihideung, Kecamatan Cipedes, Kecamatan Indihiang, Kecamatan Kawalu, Kecamatan Mangkubumi, Kecamatan Purbaratu, Kecamatan Tamansari dan Kecamatan Tawang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 3.2 di bawah ini.

**Tabel 3.2 Cluster Sampling Coffee Shop di Kota Tasikmalaya**

No	Kecamatan	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel
1	Bungursari	30	7
2	Cibeureum	27	6
3	Cihideung	41	9
4	Cipedes	32	8



5	Indihiang	30	7
6	Kawalu	35	9
7	Mangkubumi	28	7
8	Perbaratu	28	7
9	Tamansari	34	8
10	Tawang	50	12
Total		335	80

Sumber data: Diolah penulis dengan riset pada *google maps* (2022)

#### 3.2.1.4. Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan dalam mencapai tujuan penelitian. Prosedur pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

##### 1. Wawancara

Merupakan suatu metode penelitian meliputi pengumpulan data melalui interaksi verbal secara langsung antara pewawancara dan responden.

##### 2. Kuesioner

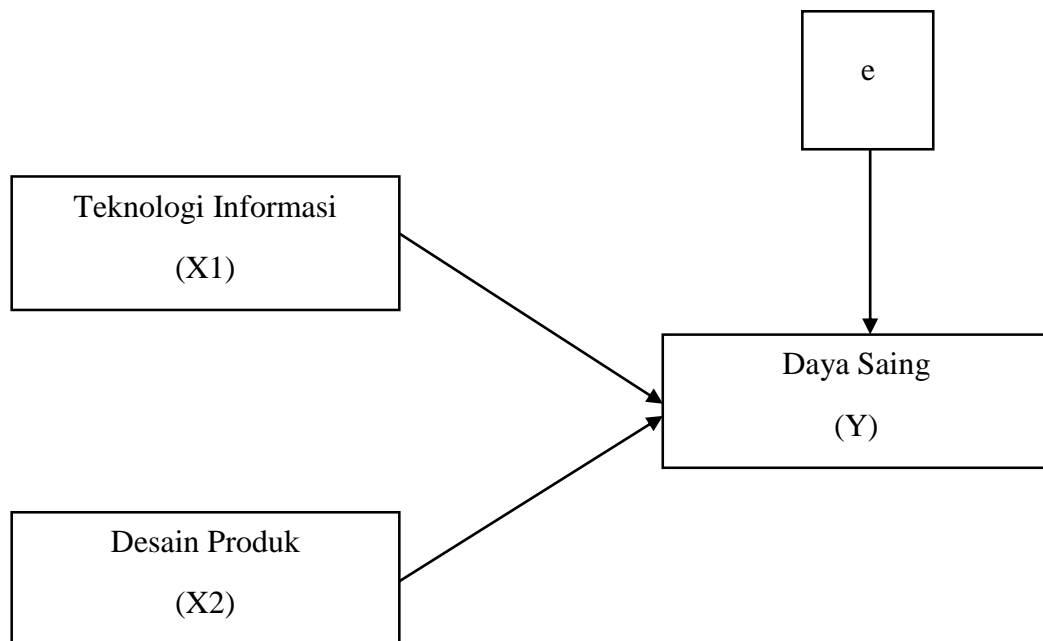
Kuesioner merupakan salah satu alat untuk pengumpulan data, data yang dikumpulkan dilakukan dengan menyusun daftar pertanyaan. Kuesioner dapat membantu dalam mengumpulkan informasi dari responden tentang pengetahuan, sikap, pendapat, perilaku, fakta-fakta dan informasi lainnya yang secara langsung didapatkan dari responden itu sendiri (Setiaman, 2020).

Setiap jawaban dari kuesioner akan diukur dengan Skala Likert. Skala likert dikembangkan oleh Rensis Likert adalah variasi yang sering digunakan

dan terdiri atas pernyataan yang menggambarkan baik sikap mendukung atau tidak mendukung terhadap suatu objek (Cooper & Schindler, 2017).

### 3.3. Model Penelitian

Untuk mengetahui gambaran umum mengenai pengaruh teknologi informasi, desain produk terhadap kualitas produksi maka disajikan model penelitian berdasarkan pada kerangka pemikiran.



**Gambar 3.1 Model Penelitian**

Keterangan:

X1= Teknologi Informasi

X2= Desain Produk

Y = Daya Saing

e = Variabel lain yang mempengaruhi

### 3.4. Teknik Analisis Data

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari penelitian ini, kemudian akan dianalisis dengan menggunakan statistik untuk mengetahui sejauh mana pengaruh dari teknologi informasi dan desain produk terhadap kualitas produksi.

#### 3.4.1. Uji Instrumen

Setelah data yang diperlukan telah diperoleh, data tersebut akan dikumpulkan dan kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang akan disebarakan.

##### 1. Uji Validitas

Suatu kuisisioner akan dikatakan valid apabila mampu menjawab dan mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam kuisisioner itu sendiri, Maka dari itu dibutuhkan uji validitas yang berfungsi untuk mengukur valid tidaknya suatu kuisisioner.

Alat pengukuran validitas didalam penelitian ini menggunakan SPSS dengan teknik *Pearson Correlation*. Dikatakan valid apabila instrumen memiliki tingkat indikator  $<0,05$ . Maka dapat disimpulkan apabila nilai signifikansi lebih dari  $0,05$  artinya indikator tidak sesuai atau tidak valid.

##### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen penelitian adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui tingkat kepercayaan suatu pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti. Suatu penelitian dapat memiliki kepercayaan tinggi apabila hasil dari pengujian instrumen menunjukkan hasil yang konsisten, dengan demikian masalah reliabilitas berhubungan dengan masalah ketepatan hasil

(Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kestabilan alat ukur. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach*.

### **3.4.2. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif adalah analisis yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari responden. Analisis ini hanya berisi data dasar dalam bentuk deskripsi tanpa mencari dan menerangkan saling keterkaitan antar data atau menguji hipotesis. Analisis deskriptif perlu disampaikan untuk memberikan gambaran tentang data secara umum serta menggambarkan bahwa peneliti benar-benar menguasai data yang akan dianalisa (Hadi, 2006). Analisis deskriptif meliputi beberapa hal yakni distribusi frekuensi, pengukuran tendensi pusat dan pengukuran variabilitas. Tujuan dari analisis ini adalah memberikan kepada peneliti sebuah histori atau riwayat menggambarkan aspek-aspek yang relevan dengan fenomena perhatian dari sudut pandang seseorang, kelompok, organisasi, orientasi, industri atau yang lainnya. Teknik pertimbangan data dengan analisis deskriptif ini akan mengumpulkan dan meringkas data yang berkaitan seperti frekuensi, mean, standar deviasi maupun rankingnya. Untuk menentukan pembobotan jawaban responden dilakukan dengan menggunakan skala likert. Skala likert dikembangkan oleh Rensis Likert adalah variasi yang sering digunakan dan terdiri atas pernyataan yang menggambarkan baik sikap mendukung atau tidak mendukung terhadap suatu objek (Cooper & Schindler, 2017).

Skala likert bertujuan untuk mengukur sikap, pendapat, dan pandangan seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu fenomena sosial. Dalam penelitian ini, kuisioner yang diberikan berkaitan dengan beberapa variabel, yaitu teknologi

informasi, desain produk dan daya saing perusahaan yang diperoleh langsung dari responden, pelaku usaha khususnya pada *coffee shop* di Tasikmalaya.

Disini responden diminta untuk memberikan tanggapan melalui pertanyaan yang ada didalam kuesioner, sesuai dengan apa yang terjadi secara jujur. Dalam penelitian ini responden adalah pemilik, manajer, karyawan produksi yang sudah bekerja lebih dari setahun dan orang kepercayaan dari *coffee shop* nya sendiri, agar mempermudah responden dalam memberikan tanggapannya maka setiap pertanyaan diberikan pilihan alternatif. Alternatif jawaban ini berfungsi untuk mendapatkan nilai dari masing-masing pertanyaan variabel yang telah ditetapkan. Penilaian jawaban responden menggunakan skala likert dengan 5 poin, yaitu skala 5 sampai 1. Tanggapan yang mempunyai nilai tinggi akan diberikan nilai paling tinggi sementara untuk yang bersifat rendah akan diberikan nilai rendah.

**Tabel 3.3 Skala Likert Positif**

Kategori	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

**Tabel 3.4 Skala Likert Negatif**

Kategori	Skor
Sangat Setuju	1
Setuju	2
Netral	3
Tidak Setuju	4
Sangat Tidak Setuju	5

### 3.4.3. Metode Suksesif Interval

Metode suksesif interval (*Method Of Successive Interval/MSI*) dilakukan untuk mengubah data ordinal menjadi data interval. Data ordinal adalah data dalam bentuk kualitatif atau bukan angka sebenarnya, maka data tersebut agar dapat digunakan dalam beberapa prosedur statistik harus diubah terlebih dahulu menjadi data interval.

Tahapan proses mengubah data berskala ordinal menjadi data berskala interval adalah sebagai berikut:

1. Menghitung frekuensi
2. Menghitung proporsi
3. Menghitung proporsi kumulatif
4. Menghitung nilai  $z$
5. Menghitung nilai densitas fungsi  $z$
6. Menghitung *scale value*
7. Menghitung penskalaan

### 3.4.4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar model yang diperoleh benar-benar telah memenuhi asumsi yang mendasari regresi. Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil merupakan metode yang menghasilkan prediksi linier tidak bias yang terbaik. Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik meliputi:

#### 1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov yang dimana berguna untuk mengetahui kenormalan distribusi, jika Asymp. Sig suatu variabel terikat dan variabel bebas lebih besar dari Level of Significant yaitu 5% maka variabel tersebut terdistribusi normal, sedangkan jika nilai Asymp. Sig dalam variabel itu lebih kecil dari Level of Significant 5% maka variabel terikat dan variabel bebas tidak terdistribusi dengan normal.

#### 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Ada tidaknya multikolinieritas didalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai variance inflation factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadi variabel terikat dan diregres terhadap variabel bebas

lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF=1/tolerance$ ) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi.

Berikut adalah prosedur pengujian Uji Multikolinieritas:

1. Menentukan hipotesis operasional :

Ho : Tidak ada pengaruh multikolinieritas pada model regresi

Ha : Ada pengaruh multikolinieritas pada model regresi

2. Menetapkan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis :

Ho diterima jika  $VIF < 10$  dan  $Tolerance \geq 0,1$

Ho diterima jika  $VIF \geq 10$  dan  $Tolerance \leq 0,1$

3. Menghitung nilai VIF dan Tolerance

4. Perhitungan nilai VIF dan Tolerance berdasarkan pada alat analisis yang digunakan yaitu uji multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan program pengolah data SPSS

5. Menarik kesimpulan.

3. Uji Heterodkedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model inilah yang diharapkan terjadi. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, maka terjadi heteroskedastisitas.



Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi heteroskedastisitas atau tidak, di sini peneliti menggunakan Uji Glejser.

### 3.4.5. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menaksir bagaimana keadaan variabel dependen, apabila dua atau lebih variabel dependen sebagai faktor *predictor* (dinaik turunkan nilainya) (Sugiyono, 2013). Model dalam analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan:

Y = Daya Saing

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisien regresi dari variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>

X<sub>1</sub> = Teknologi Informasi

X<sub>2</sub> = Desain Produk

e = Standar error

### 3.4.6. Koefisien Determinasi Berganda (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan koefisiensi Adjusted-R<sup>2</sup>. Koefisien determinasi Adjusted-R<sup>2</sup> menunjukkan persentase menyeluruh variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai R<sup>2</sup> menunjukkan bahwa variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen. Nilai determinasi adalah antara 0 dan 1. Jika nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan

variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang berkaitan dengan variabel dependen.

Sifat dari koefisien determinasi adalah:

1.  $R^2$  merupakan besaran yang non negatif
2. Batasannya  $0 \leq R^2 \leq 1$

### 3.4.7. Uji F

Uji F akan menunjukkan apakah semua variabel independen dapat dimasukkan kedalam model, serta mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Fungsi Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen secara bersamaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Langkah-langkah dalam pengujiannya:

1. Merumuskan hipotesis operasional.

$H_0$  ;  $\rho_i = 0$  (Tidak ada pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen)

$H_1$  ;  $\rho_i \neq 0$  (Ada pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen)

2. Menetapkan taraf signifikan ( $\alpha$ ) dan derajat kebebasan (df) pengujian. Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5%.
3. Melakukan kriteria perhitungan.
4. Membuat kesimpulan.

$H_0$  diterima apabila probabilitas value  $\geq \alpha$  (0,05%).

$H_0$  ditolak apabila nilai probabilitas value  $\leq \alpha$  (0,05%).

### 3.4.8. Uji T

Uji T menunjukkan seberapa dalam pengaruh dari satu variabel penjelas secara individual dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Uji ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh dari variabel independen secara sebagian terhadap variabel dependen. Bentuk pengujian uji t atau uji signifikansi individual adalah :

Langkah-langkah pengujiannya adalah:

1. Merumuskan hipotesis operasional.  
HO ;  $\beta_i = 0$  (tidak ada pengaruh variabel independen parsial terhadap variabel dependen)  
H1 ;  $\beta_i \neq 0$  (ada pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen)
2. Menerapkan taraf signifikan ( $\alpha$ ) dan derajat kebebasan (df) pengujian.  
Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 5%.
3. Melakukan kriteria perhitungan.
4. Membuat kesimpulan.  
H0 diterima apabila nilai probabilitas value  $\geq \alpha$  (0,05%).  
H0 ditolak apabila nilai probabilitas value  $\leq \alpha$  (0,05)