

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Secara spesifik penelitian dapat dimaksudkan sebagai suatu studi eksplorasi, studi deskriptif atau pengujian hipotesis (Sekaran, 2006:155). Studi eksplorasi atau studi penjajakan dilakukan jika peneliti ingin memahami karakteristik fenomena atau masalah tertentu yang sedang diteliti karena belum banyaknya literatur hasil penelitian yang membahas masalah tersebut atau masalah sejenis.

Studi deskriptif dilakukan dengan maksud untuk menjelaskan suatu fenomena yang dapat digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan untuk memecahkan masalah tertentu dan pengumpulan data melalui studi ini terkadang juga dimaksudkan untuk menguji hipotesis atau menjawab dugaan penelitian. "Suatu penelitian dimaksudkan sebagai pengujian atas hipotesis penelitian jika penelitian tersebut dilakukan untuk menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel penelitian" (Sekaran, 2006:155).

Berdasarkan penjelasan di atas penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian pengujian hipotesis karena mengajukan kesimpulan sementara yaitu menduga adanya pengaruh kelompok acuan (*reference group*), kebutuhan mencari variasi dan harga dapat mempengaruhi perpindahan

merek (*brand switching*) yang masih perlu dilakukan pengujian untuk membuktikan kesimpulan tersebut.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat penelitian berlangsung dan dilakukan peneliti dalam rangka mengumpulkan data sebagai dasar penguat serta sebagai bukti nyata dalam penulisan. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Strata Satu Angkatan 2012/2013 dan 2013/2014 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Ilmu Administrasi Publik, Ilmu Administrasi Perpajakan, Bisnis Internasional, Perencanaan Pemabangunan, Administrasi Pemerintahan, Hospitality dan Pariwisata serta Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Malang yang pernah menggunakan Merek *Handphone* Blackberry dan Android dengan pertimbangan bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, Malang merupakan komunitas yang cukup berpotensi sebagai pengguna produk pada penelitian ini.

C. Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran

1. Variabel

Arikunto (2006:40) menyatakan bahwa variabel adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Variabel dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel *exogenous* dan variabel *endogeneous*.

a. Variabel *Exogenous* (X)

Menurut Sarwono (2007: 4), variabel *exogenous* merupakan semua variabel yang tidak ada penyebab-penyebab eksplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak-anak panah yang menuju ke arahnya.

b. Variabel *Endogeneous* (Y)

Menurut Sarwono (2007: 4), variabel *endogeneous* merupakan variabel yang mempunyai anak panah yang menuju ke arah variabel tersebut.

Berdasarkan pendapat diatas maka pada penelitian ini terdapat 4 variabel, yaitu variable Kelompok Acuan (*reference group*) dengan notasi (X_1), Kebutuhan Mencari Variasi (X_2) dan Harga (X_3) sebagai variabel *exogenous* serta variabel terikat yaitu Perpindahan Merek (*Brand Switching*) dengan notasi (Y) sebagai variabel *endogeneous*.

2. Definisi Operasional Variabel

Arikunto (2006:41) menjelaskan bahwa definisi operasional merupakan definisi yang dinyatakan dalam istilah-istilah dengan kriteria spesifik untuk pengujian atau pengukuran.

(a) Kelompok Acuan/*Reference group* (X_1)

Kelompok Acuan (*reference group*) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang melakukan perpindahan merek telepon selular (Blackberry ke Android). Indikatornya adalah:

- (1) Keluarga, itemnya adalah Bapak/Ibu dan saudara.

(2) Kelompok persahabatan item-itemnya adalah sahabat atau teman kuliah, teman di rumah (rumah sendiri atau teman kos).

(3) Kelompok atau masyarakat maya itemnya adalah teman di dunia maya seperti face book, instagram, twitter dan lain-lain

(4) Selebriti itemnya adalah artis

(b) Kebutuhan mencari variasi (X_2)

Merupakan suatu sikap konsumen yang ingin mencoba merek lain dan memuaskan rasa penasarannya terhadap merek lain serta diasosiasikan sebagai keinginan untuk berganti kebiasaan.

Indikatornya adalah:

(1) Rasa bosan dengan item-item: timbulnya rasa bosan, adanya perasaan tidak khawatir dalam mencoba merek yang berbeda

(2) Hadirnya produk baru itemnya adalah ketertarikan produk Android yang baru diluncurkan perusahaan

(c) Harga (X_3)

Harga (X_3) adalah sejumlah uang yang digunakan untuk memperoleh suatu produk (Blackberry dan Android) untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Indikator variabel harga adalah:

- (1) Perbandingan harga, dengan item konsumen membandingkan harga produk yang satu dengan yang lainnya, membandingkan harga produk merek yang sama, dari satu toko ke toko yang lain, harga menjadi pertimbangan penting.
 - (2) Daya beli konsumen, itemnya adalah kemampuan konsumen membeli produk
 - (3) Kaitan dengan manfaat produk, itemnya adalah kesesuaian harga dengan manfaat yang diperoleh
- (d) Perpindahan Merek (*Brand switching*) (Y)

Perpindahan merek (*brand switching*) adalah pola pembelian yang dikarakteristikan dengan perubahan atau pergantian dari satu merek ke merek yang lain (Peter dan Olson, 2003:67).

Indikatornya adalah:

- (1) Memiliki keinginan yang tinggi untuk mencoba produk baru
- (2) Selalu ingin menggunakan produk yang digunakan orang lain

Tabel 3.1
Variabel, Indikator dan Item

Variabel	Indikator	item
Kelompok Acuan (<i>reference group</i>)	Keluarga	Orang tua (ayah/ibu)
		Saudara
	Kelompok persahabatan	Teman kuliah
		Teman di rumah/kost
	Kelompok atau masyarakat maya	Kelompok di internet
Selebriti	Artis	
Kebutuhan mencari variasi	Rasa bosan	timbulnya rasa bosan
		adanya perasaan tidak khawatir dalam mencoba merek yang berbeda
	Hadirnya produk baru	ketertarikan produk Android yang baru diluncurkan perusahaan
Harga	Perbandingan harga	konsumen membandingkan harga produk yang satu dengan yang lainnya
		Kesesuaian harga dengan manfaat yang akan diperoleh konsumen
	Daya beli konsumen	kemampuan konsumen membeli produk
	Kaitan dengan manfaat produk	kesesuaian harga dengan kualitas produk yang akan di dapat konsumen
Perpindahan Merek (<i>Brand switching</i>)	Pindah merek	Memiliki keinginan yang tinggi untuk mencoba produk baru
		Selalu ingin menggunakan produk yang digunakan orang lain

3. Skala Pengukuran

Tahapan yang sangat dalam proses penelitian ilmiah adalah menyusun alat ukur penelitian sebagai pedoman untuk mengukur variabel-variabel penelitian. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Sementara itu skala Likert menurut Sekaran (2006 : 31) adalah desain untuk menelaah seberapa kuat subyek setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala 5 titik dengan susunan sebagai berikut :

Untuk variabel bebas dan terikat di digunakan tingkat ukuran interval dan skala pengukurannya adalah Likert, dimana semua jawaban responden di hitung dengan menggunakan skor dari 1 sampai 5.

- Jawaban Sangat Setuju (SS) dengan skor : 5
- Jawaban Setuju (S) dengan skor : 4
- Jawaban Netral/Cukup Setuju (CS) : 3
- Jawaban Tidak Setuju (TS) : 2
- Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari obyek yang akan dianalisis dan cirinya dapat diduga. Menurut Kuncoro (2003:103) pengertian populasi adalah “Kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, obyek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi obyek penelitian”. Anggota populasi disebut dengan elemen populasi. Menurut Sugiyono (2004:73), sampel adalah

“bagian dari jumlah dan karaktersistik yang dimiliki oleh populasi”. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2012 – 2013 dan 2013 - 2014.

2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2004:73), sampel adalah “bagian dari jumlah dan karaktersistik yang dimiliki oleh populasi”. Metode pemilihan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan pertimbangan tertentu yang pada umumnya disesuaikan dengan tujuan atau masalah tertentu. Pertimbangan tersebut diantaranya adalah:

- (a) mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2012/2013 dan 2013/2014 ;
- (b) pernah melakukan perpindahan merek telepon selular BlackBerry ke Android.

Jumlah populasi belum diketahui dengan pasti jumlahnya, maka jumlah sampel ditentukan semaksimal mungkin berdasarkan pendapat Ferdinand (2002), yang mengemukakan bahwa jumlah sampel ditentukan dengan jumlah indikator dikali lima sampai sepuluh. Penelitian ini menggunakan 16 indikator dengan perbandingan 1 : 10 responden, sehingga $16 \text{ indikator} \times 10 \text{ responden} = 160 \text{ responden}$ (Ferdinand, 2002). Jadi, jumlah sampel penelitian ini adalah 110 responden dengan harapan jumlah sampel tersebut dapat mewakili seluruh populasi yang ada.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer. Menurut Sekaran (2006: 60) Data primer yaitu mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan variabel minat untuk tujuan spesifik *study*.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan angket, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan yang disusun dalam bentuk angket diajukan kepada responden. Data yang diperoleh dari pengedaran angket adalah:

- (a) Identitas responden
- (b) Tanggapan atau jawaban-jawaban responden atas item-item yang diajukan dalam bentuk pertanyaan.

F. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2009: 398) instrumen penelitian merupakan alat untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan yaitu daftar pertanyaan yang akan di ajukan kepada para responden yang berpatokan pada pedoman pembuatan kuisioner.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

(a) Uji Validitas

Penelitian dikatakan valid atau sahih jika mampu mengukur apa yang di inginkan oleh peneliti serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. “Suatu instrumen di katakan valid apabila mampu mengukur apa yang di inginkan. Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti” (Gozali, 2001:279).

Teknik yang digunakan untuk mengukur validitas adalah dengan mengkorelasikan skor total item dengan skor masing-masing item, apabila probabilitasnya kurang dari 0,05 maka dikatakan valid.

Rumus Uji Validitas menurut Arikunto (2002: 157) yaitu :

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

- r = Koefisien validitas Item yang dicari.
- X = Skor yang diperoleh subyek dalam setiap item.
- Y = Skor total yang diperoleh subjek dalam seluruh item.
- $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X.
- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
- $\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat masing- masing Skor X.
- $\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat masing- masing Skor Y.
- N = Banyaknya responden.

Hasil Uji validitas item-item penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	Probabilitas (sig.)	Keputusan
Kelompok Acuan (Reference group) (X ₁)	X _{1.1}	0.457	0.000	Valid
	X _{1.2}	0.576	0.000	Valid
	X _{1.3}	0.662	0.000	Valid
	X _{1.4}	0.626	0.000	Valid
	X _{1.5}	0.655	0.000	Valid
Kebutuhan mencari variasi (X ₂)	X _{2.1}	0.594	0.000	Valid
	X _{2.2}	0.695	0.000	Valid
	X _{2.3}	0.728	0.000	Valid
	X _{2.4}	0.532	0.000	Valid
	X _{2.5}	0.641	0.000	Valid
Harga (X ₃)	X _{3.1}	0.697	0.000	Valid
	X _{3.2}	0.782	0.000	Valid
	X _{3.3}	0.637	0.000	Valid
	X _{3.4}	0.601	0.000	Valid
Brand switching (Y)	Y ₁	0.936	0.000	Valid
	Y ₂	0.938	0.000	Valid

r tabel (n : 110; α : 0,05) = 0,1857

Sumber: Data Primer Diolah, 2014.

Keterangan:

X_{1.1} : Bapak/Ibu anda menyarankan anda untuk menggunakan android di banding blackberry

X_{1.2} : Saudara-saudara nada menyarankan agar menggunakan Android disbanding Blackberry

X_{1.3} : Teman-teman kuliah anda sudah banyak yang telah menggunakan Android disbanding Blackberry

X_{1.4} : Teman-teman bermain (selain teman kuliah) sudah banyak yang menggu-nakan Android dibanding Blackberry

X_{1.5} : Saya sering melihat para artis menggunakan Android baik di televisi ataupun di media iklan dan sosial yang lain

X_{2.1} : Saya sering mengalami rasa bosan menggunakan telepon selular yang selama ini saya gunakan

X_{2.2} : Saya tertarik mencoba Android yang banyak beredar dipasaran

X_{2.3} : Saya tidak merasa khawatir menggunakan Android

X_{2.4} : Saya sering berpikir untuk membeli Android yang sudah memuaskan banyak orang

- X_{2.5} : Saya tertarik untuk mencoba Android yang baru diluncurkan ke pasaran
- X_{3.1} : Saya membandingkan harga Blackberry dengan harga Android
- X_{3.2} : Harga menjadi pertimbangan penting dalam membeli telepon selular
- X_{3.3} : Saya membeli Android karena saya merasa mampu membelinya
- X_{3.4} : Saya membeli telepon selular yang harganya sesuai dengan manfaat yang saya diperoleh
- Y₁ : Saya berpindah merek dari Blackberry ke Android karena adanya rasa ingin tahu yang tinggi terhadap produk baru
- Y₂ : Saya berpindah merek dari Blackberry ke Android karena Android banyak digunakan orang lain

Dari tabel diatas dapat diketahui apabila semua item pertanyaan kelompok acuan (X₁), kebutuhan mencari variasi (X₂), harga (X₃) serta perpindahan merek (Y) memiliki koefisien korelasi $(r) \geq 0,3$ dan probabilitas r hitung $(P) \leq 0,05$. Dengan demikian berarti bahwa item pertanyaan untuk variabel Kelompok Acuan (*Reference Group*) (X₁), Kebutuhan Mencari Variasi (X₂), Harga (X₃) serta Perpindahan Merek (*Brand Switching*) (Y) valid untuk pengujian selanjutnya.

(b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan kemantapan atau kehandalan suatu alat ukur apabila alat ukur tersebut dapat memberikan hasil yang sama dalam pengukuran yang berulang kali dan dengan syarat bahwa kondisi saat pengukuran tidak berubah. “Kuisisioner yang reliabel adalah kuisisioner yang apabila dicobakan secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama” (Gozali, 2001:279). Untuk uji reliabilitas masing-masing variabel penelitian ini akan dihitung dengan menggunakan total koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05 atau 5%.

Dalam uji reliabilitas digunakan rumus:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \right]$$

Dimana:

r_{11} : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$: jumlah varian butir

σ_t^2 : varians total

Kriteria yang digunakan adalah apabila alpha cronbach > 0,6 maka item yang diuji adalah reliabel.

Berikut ini akan di kemukakan hasil pengujian realibilitas yang telah di lakukan dengan bantuan SPSS for windows :

Tabel 3.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keputusan
Reference group	0.635	Reliabel
Kebutuhan mencari variasi	0.635	Reliabel
Harga	0.654	Reliabel
Brand swiching	0.861	Reliabel

Lampiran Tabel 4.12

Sumber: Data Primer Diolah (2014).

Berdasarkan hasil uji reliabilitas seperti yang tercantum pada tabel di atas dapat di ketahui bahwa semua item yang di uji menghasilkan nilai yang

reliabel. Dapat di katakan reliabel karena nilai alpha cronbach untuk masing-masing pengubah yang digunakan dalam penelitian lebih besar dari nilai realibilitas yang telah ditentukan yaitu sebesar 0,6.

G. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis ini untuk mendeskripsikan karakteristik lokasi penelitian responden yang diikuti distribusi frekuensi variabel. Data yang telah dikumpulkan selanjutnya diolah dalam tabel, dan kemudian dibahas secara deskriptif. Nazir (2007: 23) menjelaskan, metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti suatu kelompok manusia atau obyek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang. Lebih lanjut dijelaskan oleh Nazir (2007: 23) bahwa metode deskriptif merupakan metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian, sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka.

Ukuran deskriptifnya adalah pemberian angka, baik dalam responden maupun dalam rangka persentase yang dituangkan dalam diagram atau tabel.

2. Analisis regresi berganda

Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, formulanya sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

X = Variabel bebas

b_0 = Konstanta (intersep)

b = Koefisien regresi

e = Kesalahan pengganggu (*standar error*)

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk dapat melakukan analisis regresi linier berganda perlu pengujian asumsi persyaratan analisis, yaitu normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastilitas, agar data bermakna dan bermanfaat, sehingga menghasilkan penduga yang terbaik (*Best Linear Unbiased Estimator = BLUE*).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak” (Gozali, 2001:76). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Metode yang digunakan adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan

mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Hasil gambar dibawah ini menunjukkan bahwa garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diperoleh memiliki distribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang sempurna antara variabel bebas yang menjelaskan model regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan cara melihat nilai VIF (*Variance Inflating Factor*). Bila VIF lebih kecil dari 5, maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi bila varian Y berubah, karena variabel X berubah, sehingga timbul perbedaan, karena adanya gangguan (e_i) yang timbul dalam fungsi regresi mempunyai varian yang berbeda. Salah satu asumsi penting dari model OLS (*Ordinary Least Square*) adalah bahwa gangguan yang timbul dalam fungsi regresi adalah non-heteroskedastisitas (homoskedastisitas), yaitu data mempunyai varian yang sama. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat digunakan uji *scatterplot* atau grafik, jika terlihat titik-titik menyebar, membentuk pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini berarti terdapat hubungan linieritas.

F. Pengujian Hipotesis

1. Analisis Serentak/Bersama-sama

Untuk menguji hipotesis secara Serentak/Bersama-sama, alat uji yang dipergunakan adalah koefisien korelasi (R) dan koefisien determinasi (R^2). Koefisien korelasi dan koefisien determinasi merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Untuk keperluan pengujian ini dengan melihat apakah nilai-nilai koefisien yang diperoleh bernilai nyata atau tidak antara F_{hitung} dan F_{tabel} pada tingkat keyakinan 5% atau ($\alpha=0,05$). Rumus dari uji F sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

F = Uji hipotesis

Besarnya α yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 5%, sedangkan hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut:

$H_0: R(Y, X_{i...j}) = 0$ (menunjukkan secara Serentak/Bersama-sama tidak adanya pengaruh yang signifikan antara variabel $X_{i...j}$ dengan variabel Y).

$H_a: R(Y, X_{i...j}) \neq 0$ (menunjukkan secara Serentak/Bersama-sama adanya pengaruh yang signifikan antara variabel $X_{i...j}$ dengan variabel Y).

Adapun kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut:

- $\text{sig.f} < \alpha (0,05)$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan h_a diterima
- $\text{sig.f} > \alpha (0,05)$, maka hipotesis nol (H_0) diterima dan h_a ditolak.

2. Analisis Parsial

Untuk menguji hipotesis secara parsial, alat uji yang dipergunakan adalah uji t dengan melihat apakah nilai-nilai koefisien yang diperoleh bernilai nyata atau tidak antara t hitung dan t tabel pada tingkat keyakinan 5% atau ($\alpha=0,05$). Rumus dari uji t sebagai berikut:

$$t (b_i) = \frac{b_i}{SE (b_i)}$$

Keterangan:

b_i = Koefisien regresi

$SE (b_i)$ = *Standar error* koefisien regresi

Besarnya α yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 5%, sedangkan hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut:

$\text{sig.t} < \alpha (0,05)$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan h_a diterima

$\text{sig.t} > \alpha (0,05)$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan h_a ditolak .