

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian skripsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Singarimbun dalam Singarimbun dan Effendi (Ed, 2006: 6) penelitian penjelasan (*explanatory research*) adalah penelitian yang bermaksud menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti dengan pengujian hipotesa.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang beralamatkan di Jalan Mayjen Haryono No. 163 Malang. Pemilihan lokasi ini dikarenakan tersedianya produk Minute Maid Pulpy Orange di kantin Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang, sehingga tersedianya konsumen Minute Maid Pulpy Orange untuk dijadikan responden oleh peneliti.

C. Konsep, Variabel, Definisi Operasional dan Skala Pengukuran

1. Konsep

Ilmu pengetahuan terdiri atas seperangkat teori. Dalam teori terdapat seperangkat proposisi, model, definisi dan konsep yang berhubungan satu sama lain. Menurut Zikmund dalam Simamora (2004:21) konsep adalah generalisasi ide tentang kelas objek, atribut, kejadian, atau proses. Berdasarkan judul penelitian ini, konsep yang muncul adalah:

a. Atribut Produk

Atribut produk adalah segala sesuatu yang melekat pada produk yang menjadi ciri-ciri produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan bagi konsumen. Atribut produk penelitian ini adalah sesuatu yang melekat pada Minute Maid Pulpy Orange yang menjadi ciri-ciri produk tersebut.

b. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang diambil oleh pembeli untuk membeli suatu produk itu. Keputusan pembelian dalam penelitian ini yaitu keputusan yang dipilih oleh pembeli untuk membeli Minute Maid Pulpy Orange

2. Variabel Penelitian

Sugiyono (2009: 58) menjelaskan variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Menurut Sugiyono (2009: 59) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Atribut Produk yang terdiri dari Merek (X_1), Kemasan (X_2), Kualitas (X_3), dan Harga (X_4). Definisi operasionalnya adalah sebagai berikut:

1. Merek sebagai nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi

Minute Maid Pulpy Orange dan untuk membedakan dari produk pesaing Minute Maid Pulpy Orange.

Indikator Merek sebagai berikut:

- Simbol
 - Segi pelafalan
2. Kemasan, Kotler & Keller (2007:30) mendefinisikan pengemasan sebagai semua kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk produk. Kemasan dari produk Minute Maid Pulpy Orange adalah sebagai wadah yang melindungi isi produk

Indikator Kemasan sebagai berikut:

- Wadah
 - Alat Promosi
3. Simamora (2004: 147) memberikan definisi bahwa kualitas adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsi-fungsinya. Kualitas produk Minute Maid Pulpy Orange yaitu kemampuan Minute Maid Pulpy Orange dalam memenuhi fungsi-fungsinya.

Indikator Kualitas sebagai berikut:

- Cita rasa
 - Komposisi produk
4. Harga adalah nilai tukar produk Minute Pulpy Orange yang diukur dengan jumlah uang yang sesuai dengan kualitas produk, manfaat produk yang didapatkan.

Indikator Harga sebagai berikut:

- Daya beli

- Kualitas produk

b. Variabel Terikat (*Dependen*)

Menurut Sugiyono (2009: 59) variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Struktur Keputusan Pembelian (Y). Struktur Keputusan Pembelian adalah kumpulan dari jumlah keputusan yang diambil oleh pembeli untuk membeli produk Minute Maid Pulpy Orange.

Tabel 2 Konsep, Variabel, Indikator dan Item Penelitian

No	Konsep	Variabel	Indikator	Item
1	Atribut Produk (X)	Merek	simbol	- Merek yang unik - Merek yang membedakan
			Segi pelafalan	- Merek mudah diucapkan - Merek mudah diingat
		Kemasan	Wadah	- Kenyamanan saat dibawa - Kemasan melindungi isi produk - Memberikan kemudahan mengkonsumsi
			Alat promosi	- Memberikan informasi - Menarik perhatian Konsumen
		Kualitas	Cita Rasa	- Rasa yang dimiliki lebih enak - Sesuai dengan selera
			Komposisi produk	- Mengandung vitamin C - Aman dikonsumsi Konsumen
		Harga	Daya beli	- Harga produk terjangkau - Harga sesuai dengan daya beli
Kualitas	- Sesuai dengan manfaat - Sesuai dengan kualitas produk			
2	Keputusan Pembelian (Y)	Struktur Keputusan Pembelian	Keputusan berdasarkan Jumlah Produk	- Sesuai kebutuhan - Sesuai dengan kemampuan - Menginginkan pembelian lebih dari 1

3. Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2009:132) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Adapun jawaban dari *item* kuesioner dinilai dengan skala pengukuran sebagai berikut:

1. Untuk jawaban “sangat setuju” memiliki nilai 5
2. Untuk jawaban “setuju” memiliki nilai 4
3. Untuk jawaban “ragu-ragu” memiliki nilai 3
4. Untuk jawaban “tidak setuju” memiliki nilai 2
5. Untuk jawaban “sangat tidak setuju” memiliki nilai 1

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1 Populasi

Menurut Sugiyono (2009:115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan pengertian di atas, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa yang membeli Minute Maid Pulpy Orange Angkatan 2008/2009 dan 2009/2010 Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2008:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dalam

penelitian ini dapat ditentukan dengan menggunakan rumus Machine and Chambell.

$$U_p = \frac{1}{2} \ln \left[\frac{1+\rho}{1-\rho} \right] + \frac{\rho}{2(n-1)}$$

$$n = \frac{(Z_{1-\alpha} + Z_{1-\beta})^2}{(U_p)^2} + 3$$

$$U'_p = \frac{1}{2} \ln \left[\frac{1+\rho}{1-\rho} \right]$$

Keterangan:

U_p = Standardized normal random variable corresponding to particular value of the correlation coefficient ρ

U'_p = initial estimate of U_p

\ln = log-e (natural logarithm)

N = Ukuran sampel

P = Koefisien korelasi yang oleh peneliti diperkirakan kemaknaan untuk penelitian

$Z_{1-\alpha}$ = Nilai yang diperoleh dari Tabel Distribusi Normal Baku dengan α yang ditentukan

$Z_{1-\beta}$ = Nilai yang diperoleh dari Tabel Distribusi Normal Baku dengan beta yang ditentukan

Berdasarkan pertimbangan bahwa nilai r terendah yang diperkirakan akan diperoleh melalui penelitian ini adalah $r = 0,30$; $\alpha = 0,10$ ($Z_{\alpha} = 1,645$) pada pengujian dua arah dan $\beta = 0,05$ maka diperoleh n (*minimum*) = 116. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 116 orang.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental Sampling*. Menurut Sugiyono (2008: 122) *accidental Sampling* yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ *accidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

E. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu sebagai berikut:

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2008: 193) data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang memerlukannya. Data Primer dalam penelitian ini berasal dari responden yang dipilih secara *accidental sampling* pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang membeli produk Minute Pulpy Orange dengan menyebarkan kuesioner.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2008: 193) data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber-sumber yang telah ada. Data sekunder penelitian ini adalah data pendukung yang diperoleh dari *website* resmi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Pengujian Validitas

Menurut Arikunto (2010: 211) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument penelitian. Suatu instrumen dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Dengan kata lain, mampu memperoleh data yang tepat dan variabel yang diteliti. Rumus korelasi yang digunakan adalah yang dikemukakan Pearson yang dikenal dengan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Harga k r_{xy} menunjukkan indeks korelasi antara dua variaebel yang dikorelasikan. Setiap nilai korelasi mengandung tiga makna, yaitu:

1. Ada tidaknya korelasi ditunjukkan oleh besarnya angka yang terdapat di belakang koma. Jika angka tersebut terlalu kecil sampai empat angka di belakang koma.
2. Arah korelasi, yaitu arah yang menunjukkan kesejajaran antara variabel X dengan nilai variabel Y. arah dari korelasi ini ditunjukkan oleh tanda hitung yang ada di depan indeks. Jika tanda plus (+), maka arah korelasinya positif sedangkan minus (-) maka arah korelasinya negatif
3. Besarnya korelasi, yaitu besarnya angka yang menunjukkan kuat dan tidaknya kesejajaran antara dua variabel yang diukur korelasinya.

Kriteria pengujian untuk menerima atau menolak hipotesis adanya pernyataan yang valid atau tidak dapat dilakukan dengan $H_0 : r = 0$, tidak

terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan (α) 5%. $H_1 : r \neq 0$, terdapat data yang valid pada tingkat kepercayaan (α) 5%. Hipotesa nol (H_0) diterima apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, demikian sebaliknya hipotesa alternatif (H_1) diterima apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dalam penelitian ini uji validitas pertanyaan pada masing-masing variabel dikerjakan dengan menggunakan program SPSS versi 16.

2. Pengujian Reliabilitas

“Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik” (Arikunto, 2010:221). Dalam suatu angket dikatakan reliabel bila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau lebih stabil dari waktu ke waktu. Uji validitas pertanyaan pada masing-masing variabel dikerjakan dengan menggunakan program SPSS versi 16. Rumus yang digunakan untuk mencari reliabilitas dalam penelitian ini adalah rumus Alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2_t} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians butir

σ^2_t = Varians total

3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Merek (X_1)

Hasil dari uji yang dilakukan dengan program SPSS versi 16, diketahui bahwa semua *item* pada variabel Merek (X_1) dinyatakan valid, karena sig. penelitian lebih kecil dari 0,05. Hasil pengujian reliabilitas untuk variabel Merek (X_1) sebesar 0,747 dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6. Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel Merek (X_1) dapat dilihat pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Merek (X_1)

No.	Item	Koefisien Korelasi (Pearson Correlation)	Sig.	Keterangan
1	$X_{1,1}$ - X_1	0,566	0,000	Valid
2	$X_{1,2}$ - X_1	0,741	0,000	Valid
3	$X_{1,3}$ - X_1	0,932	0,000	Valid
4	$X_{1,4}$ - X_1	0,778	0,000	Valid
Koefisien Reliabilitas (Alpha Cronbach) =			0,747	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah

Keterangan:

$X_{1,1}$ = Merek yang unik

$X_{1,2}$ = Merek yang membedakan

$X_{1,3}$ = Merek mudah diucapkan

$X_{1,4}$ = Merek mudah diingat

b. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kemasan (X_2)

Hasil dari uji yang dilakukan dengan program SPSS versi 16, diketahui bahwa semua *item* pada variabel Kemasan (X_2) adalah valid, hal tersebut dapat dilihat dari sig. yang lebih kecil dari 0,05. Hasil pengujian reliabilitas untuk variabel Kemasan (X_2) sebesar 0,724 dinyatakan reliabel

karena lebih besar dari 0,6. Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel Kemasan (X_2) dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kemasan(X_2)

No.	Item	Koefisien Korelasi (Pearson Correlation)	Sig.	Keterangan
1	$X_{2,1}-X_2$	0,610	0,004	Valid
2	$X_{2,2}-X_2$	0,696	0,001	Valid
3	$X_{2,3}-X_2$	0,628	0,003	Valid
4	$X_{2,4}-X_2$	0,694	0,001	Valid
5	$X_{2,5}-X_2$	0,857	0,000	Valid
Koefisien Reliabilitas (Alpha Cronbach) =			0,724	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah

Keterangan:

- $X_{2,1}$ = Kenyamanan saat dibawa
- $X_{2,2}$ = Kemasan melindungi isi produk
- $X_{2,3}$ = Memberikan kemudahan mengkonsumsi
- $X_{2,4}$ = Memberikan informasi
- $X_{2,5}$ = Menarik Perhatian Konsumen

c. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas(X_3)

Hasil dari uji yang dilakukan dengan program SPSS versi 16, diketahui bahwa semua *item* pada variabel Kualitas (X_3) adalah valid, hal tersebut dapat dilihat dari sig. yang lebih kecil dari 0,05. Hasil pengujian reliabilitas untuk variabel Kualitas (X_3) sebesar 0,835 dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6. Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel Kualitas (X_3) dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas (X₃)

No.	Item	Koefisien Korelasi (Pearson Correlation)	Sig.	Keterangan
1	X _{3,1} - X ₃	0,802	0,000	Valid
2	X _{3,2} - X ₃	0,827	0,000	Valid
3	X _{3,3} - X ₃	0,839	0,000	Valid
4	X _{3,4} - X ₃	0,824	0,000	Valid
Koefisien Reliabilitas (Alpha Cronbach)			= 0,835	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah,

Keterangan:

X_{3,1} = Rasa lebih enak

X_{3,2} = Rasa sesuai dengan selera

X_{3,3} = Mengandung vitamin C

X_{3,4} = Aman dikonsumsi konsumen

d. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga (X₄)

Hasil dari uji yang dilakukan dengan program SPSS versi 16, diketahui bahwa semua *item* pada variabel Harga (X₄) adalah valid, hal tersebut dapat dilihat dari sig. yang lebih kecil dari 0,05. Hasil pengujian reliabilitas untuk variabel Harga (X₄) sebesar 0,773 dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6. Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel Harga (X₄) dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Harga(X₄)

No.	Item	Koefisien Korelasi (Pearson Correlation)	Sig.	Keterangan
1	X _{4,1} - X ₄	0,863	0,000	Valid
2	X _{4,2} - X ₄	0,883	0,000	Valid
3	X _{4,3} - X ₄	0,767	0,000	Valid
4	X _{4,4} - X ₄	0,535	0,000	Valid
Koefisien Reliabilitas (Alpha Cronbach)			= 0,773	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah

Keterangan:

$X_{4,1}$ = Harga produk terjangkau

$X_{4,2}$ = Harga sesuai dengan daya beli

$X_{4,3}$ = Harga sesuai dengan manfaat

$X_{4,4}$ = Harga sesuai dengan kualitas produk

e. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Struktur Keputusan

Pembelian (Y)

Hasil dari uji yang dilakukan dengan program SPSS versi 16, diketahui bahwa semua *item* pada Struktur Keputusan Pembelian (Y) adalah valid, hal tersebut dapat dilihat dari sig. yang lebih kecil dari 0,05.

Hasil pengujian reliabilitas untuk variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,865 dinyatakan reliabel karena lebih besar dari 0,6. Hasil uji validitas dan reliabilitas variabel Struktur Keputusan Pembelian (Y) dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Struktur Keputusan Pembelian (Y)

No.	Item	Koefisien Korelasi (<i>Pearson Correlation</i>)	Sig.	Keterangan
1	Y_1 -Y	0.933	0,000	Valid
2	Y_2 -Y	0.897	0,000	Valid
3	Y_3 -Y	0.831	0,000	Valid
Koefisien Reliabilitas (Alpha Cronbach)			= 0,865	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah

Keterangan:

Y_1 = Sesuai kebutuhan

Y_2 = Sesuai dengan kemampuan

Y_3 = Menginginkan pembelian lebih dari

G. Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Teknis analisa data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Dalam penelitian ini teknis analisa datanya adalah sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

“Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi” (Sugiyono, 2009: 206)

2. Regresi Linier Berganda

Sugiyono (2009: 277) menjelaskan bahwa Regresi linier berganda digunakan oleh peneliti yang bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanupulasi (dinaik turunkan nilainya). Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal dua. Persamaan untuk n variabel adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_n X_n$$

Keterangan:

Y : Subyek dalam variabel *dependent* yang diprediksikan (Struktur Keputusan Pembelian).

a : Nilai Y bila X = 0 (harga konstan).

B : Koefisien regresi variabel bebas.

X : Subyek dari variabel independent yang mempunyai nilai tertentu
(Atribut Produk).

H. Uji Hipotesis

1. Uji Pengaruh Simultan (uji-F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol, atau:

$$H_0 : B_1 = B_2 = \dots b_k = 0$$

Artinya apakah semua variabel *independent* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel *dependent*. Hipotesis alternatif (H_a), tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol, atau:

$$H_a : B_1 \neq B_2 \neq \dots b_k \neq 0$$

Artinya semua variabel *independent* secara simultan merupakan penjelas signifikan terhadap variabel *dependent*. Dalam penelitian ini uji pengaruh simultan (uji-F) menggunakan SPSS versi 16 dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima atau Signifikan $F < 0.05$
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak atau Signifikan $F > 0,05$

2. Uji Pengaruh Parsial (uji-t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah suatu parameter (B_1) sama dengan nol, atau:

$$H_0 : b_1 = 0$$

Artinya, apakah suatu variabel *independent* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel *dependent*. Hipotesis alternatif (H_a), parameter suatu variabel tidak sama dengan nol, atau:

$$H_a : b_1 \neq 0$$

Artinya, variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Statistik t dihitung dari formula sebagai berikut:

$$t = (b_1 - 0) / S = b_1 / S$$

Di mana S = deviasi standar yang dihitung dari akar varians. Dalam penelitian ini uji pengaruh parsial (uji-t) menggunakan SPSS versi 16 dengan ketentuan yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) akan ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima atau Signifikan $t < 0.05$
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesa nol (H_0) akan diterima dan hipotesis alternatif (H_a) akan ditolak atau Signifikan $t > 0,05$