

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yaitu jenis penelitian dengan karakteristik yang terorganisir, terstruktur, dan sistematis (Sugiyono, 2019). Penelitian kuantitatif disusun dengan cermat sejak awal hingga penyusunan desain penelitian, memastikan bahwa setiap langkah dilaksanakan secara sistematis dan selaras dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2020) penelitian kuantitatif adalah metode yang mengandalkan data nyata berlandaskan positivistic (data konkret) yang berupa data numerik, yang dievaluasi menggunakan teknik statistik untuk mendapatkan temuan yang relevan dengan subjek penelitian. Filsafat positivistic menggunakan instrumen penelitian untuk pengumpulan data dan melakukan analisis kuantitatif/statistik untuk menilai hipotesis yang telah ditetapkan dalam populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2020).

Penelitian ini menggunakan pendekatan korelasi, yaitu metode penelitian yang melibatkan pengumpulan data untuk memastikan tingkat hubungan dan pengaruh antar variabel. Berdasarkan teori yang telah disebutkan, tujuan peneliti adalah untuk memastikan hubungan dan pengaruh antar variabel *user generated content* (X1), promo diskon (X2), dan *review* (X3) dengan variabel *impulsive buying* (Y).

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi atau tempat penelitian pada skripsi ini akan dilaksanakan di Kabupaten Temanggung. Peneliti memilih lokasi penelitian tersebut karena didominasi Gen muda khususnya Gen Z yang aktif menggunakan media sosial termasuk TikTok, baik sebagai sarana hiburan maupun belanja online. Lokasi ini juga mudah dijangkau oleh peneliti, sehingga memudahkan proses pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria penelitian.

#### 3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian adalah durasi pelaksanaan penelitian. Durasi penelitian ini dilaksanakan dari bulan September 2025 hingga Januari 2026, durasi penelitian ini adalah empat bulan. Jadwal penelitian dilaksanakan secara sistematis dan tepat waktu sebagaimana yang telah direncanakan sejak awal selama pelaksanaan penelitian. Berikut adalah jadwal penelitian yang direncanakan:

**Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian**

| No. | Kegiatan               | Bulan ke- |      |      |      |      |
|-----|------------------------|-----------|------|------|------|------|
|     |                        | Sep'      | Okt' | Nov' | Des' | Jan' |
| 1.  | Penyusunan Proposal    |           |      |      |      |      |
| 2.  | <i>Review</i> Proposal |           |      |      |      |      |
| 3.  | Pengumpulan Data       |           |      |      |      |      |
| 4.  | Analisis Data          |           |      |      |      |      |
| 5.  | Ujian/Sidang Skripsi   |           |      |      |      |      |
| 6.  | Revisi                 |           |      |      |      |      |
| 7.  | Pengumpulan Laporan    |           |      |      |      |      |

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini merujuk pada sekelompok orang yang memiliki karakteristik tertentu yang dianggap sesuai untuk dikaji atau diteliti, dengan tujuan memperoleh data yang relevan dan menarik kesimpulan dari hasil analisis (Sugiyono, 2020). Populasi yang akan digunakan oleh peneliti yaitu Gen Z laki – laki yang berada di Kabupaten Temanggung, yang lahir antara tahun 1997 – 2012 dan aktif menggunakan aplikasi TikTok. Jumlah populasi penelitian ini yaitu sebesar 93.358 jiwa.

Adapun rincian data sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Jumlah Populasi Gen Z Laki – laki**

| <b>No.</b>   | <b>Kecamatan</b> | <b>Jumlah Jiwa</b> |
|--------------|------------------|--------------------|
| 1            | Bulu             | 5.792              |
| 2            | Tembarak         | 3.814              |
| 3            | Temanggung       | 10.274             |
| 4            | Pringsurat       | 6.028              |
| 5            | Kaloran          | 5.144              |
| 6            | Kandangan        | 6.310              |
| 7            | Kedu             | 7.033              |
| 8            | Parakan          | 6.529              |
| 9            | Ngadirejo        | 6.616              |
| 10           | Jumo             | 3.420              |
| 11           | Tretep           | 2.501              |
| 12           | Candiroto        | 3.744              |
| 13           | Kranggan         | 5.695              |
| 14           | Tlogomulyo       | 2.756              |
| 15           | Selopampang      | 2.425              |
| 16           | Bansari          | 2.728              |
| 17           | Kledung          | 2.985              |
| 18           | Bejen            | 2.472              |
| 19           | Wonoboyo         | 3.145              |
| 20           | Gemawang         | 3.947              |
| <b>TOTAL</b> |                  | <b>93.358</b>      |

Sumber: e-statistik.temanggungkab.go.id, 2025.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang didefinisikan berdasarkan jumlah dan karakteristiknya. Apabila peneliti melakukan penelitian pada populasi yang besar dan memiliki keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel untuk memungkinkan pengembangan generalisasi yang relevan dengan populasi yang diteliti (Karimuddin et al., 2022). Selain itu, sangat penting bahwa sampel yang dipilih memiliki semua karakteristik populasi untuk memastikan keterwakilan. Sampel harus secara akurat mencerminkan kondisi sebenarnya dari populasi atau mewakili populasi tersebut (Sugiyono, 2020).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* (Sugiyono, 2019). Pemilihan teknik ini bertujuan untuk memastikan bahwa responden yang diambil benar-benar representatif terhadap kriteria yang telah ditentukan sebelumnya. Adapun kriteria responden yang digunakan untuk sampel pada penelitian ini, yaitu:

1. Laki – laki berusia 13 – 28 tahun (Gen Z).
2. Berdomisili di Kabupaten Temanggung.
3. Pernah melakukan pembelian di TikTok Shop minimal 1 kali dalam 6 bulan terakhir.

Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin. Menurut Sugiyono (2019), rumus Slovin

merupakan suatu rumus yang digunakan untuk mencari jumlah sampel yang dinilai mampu mewakili keseluruhan populasi. Cara menentukan jumlah sampel dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah Sampel.

$N$  = Jumlah Populasi.

$e^2$  = Error Level (Tingkat kesalahan) 10%.

$$n = \frac{93.358}{1 + 93.358(0,1^2)}$$

$$n = \frac{93.358}{1 + 93.358(0,01)}$$

$$n = \frac{93.358}{934,58}$$

$$n = 99,89$$

(Dibulatkan menjadi 100 responden).

Untuk mengantisipasi responden yang *drop-out*, maka jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden ditambah 10% sehingga sampel yang digunakan untuk penelitian ini sebanyak 110 responden. Penentuan sebaran responden dilakukan secara proporsional berdasarkan jumlah populasi di masing-masing wilayah agar data yang diperoleh tetap representatif. Untuk menentukan jumlah sampel pada tiap kecamatan, digunakan rumus sebagai berikut:

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

Keterangan:

$n_i$  = Jumlah sampel di setiap kecamatan.

$N_i$  = Jumlah populasi di setiap kecamatan.

$N$  = Total populasi.

$n$  = Sampel yang sudah ditetapkan.

Berdasarkan rumus perhitungan sampel di atas, maka dapat diperoleh sampel untuk setiap kecamatan adalah sebagai berikut.

**Tabel 3. 3 Sampel Penelitian**

| No.          | Kecamatan   | Populasi      | Rumus               | Sampel     |
|--------------|-------------|---------------|---------------------|------------|
| 1            | Bulu        | 5.792         | $5.792/93.358*110$  | 7          |
| 2            | Tembarak    | 3.814         | $3.814/93.358*110$  | 4          |
| 3            | Temanggung  | 10.274        | $10.274/93.358*110$ | 12         |
| 4            | Pringsurat  | 6.028         | $6.028/93.358*110$  | 7          |
| 5            | Kaloran     | 5.144         | $5.144/93.358*110$  | 6          |
| 6            | Kandangan   | 6.310         | $6.310/93.358*110$  | 7          |
| 7            | Kedu        | 7.033         | $7.033/93.358*110$  | 8          |
| 8            | Parakan     | 6.529         | $6.529/93.358*110$  | 8          |
| 9            | Ngadirejo   | 6.616         | $6.616/93.358*110$  | 8          |
| 10           | Jumo        | 3.420         | $3.420/93.358*110$  | 4          |
| 11           | Tretep      | 2.501         | $2.501/93.358*110$  | 3          |
| 12           | Candiroto   | 3.744         | $3.744/93.358*110$  | 4          |
| 13           | Kranggan    | 5.695         | $5.695/93.358*110$  | 7          |
| 14           | Tlogomulyo  | 2.756         | $2.756/93.358*110$  | 3          |
| 15           | Selopampang | 2.425         | $2.425/93.358*110$  | 3          |
| 16           | Bansari     | 2.728         | $2.728/93.358*110$  | 3          |
| 17           | Kledung     | 2.985         | $2.985/93.358*110$  | 4          |
| 18           | Bejen       | 2.472         | $2.472/93.358*110$  | 3          |
| 19           | Wonoboyo    | 3.145         | $3.145/93.358*110$  | 4          |
| 20           | Gemawang    | 3.947         | $3.947/93.358*110$  | 5          |
| <b>TOTAL</b> |             | <b>93.358</b> |                     | <b>110</b> |

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.4.1 Data Primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan atau diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber asli untuk tujuan analisis guna menjawab permasalahan penelitian tertentu (Sugiyono, 2020). Sumber data primer dalam penelitian ini berasal dari jawaban responden yang diperoleh melalui survei, baik secara langsung maupun melalui Google Forms yang dibagikan kepada responden.

#### **3.4.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber asli, seperti dokumen atau laporan, dan digunakan untuk melengkapi data primer yang sudah ada (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, data sekunder berasal dari hasil observasi, internet, buku referensi, serta jurnal ilmiah yang relevan. Data statistik jumlah populasi dalam penelitian ini berasal dari internet.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh informasi atau data yang dibutuhkan untuk suatu penelitian. Pengumpulan data dapat dilakukan melalui wawancara, kuesioner (angket), observasi, atau kombinasi dari ketiganya (Sugiyono, 2020). Untuk memperoleh data yang relevan dan objektif yang sesuai untuk dijadikan dasar dalam proses analisis, diperlukan penggunaan prosedur pengumpulan data yang selaras dengan

kebutuhan penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi.

Observasi adalah proses yang kompleks yang terdiri dari banyak proses biologis dan psikologis. Salah satu tujuan utama observasi adalah untuk membantu penulis mengumpulkan data secara langsung, yang meningkatkan pemahaman mendalam tentang situasi yang diteliti. Penulis dapat mengamati pola perilaku yang muncul, dinamika interaksi antar individu, atau karakteristik lingkungan tertentu melalui observasi (Sugiyono, 2020). Pengamatan dan pencatatan dilakukan secara langsung ke objek penelitian.

2. Kuesioner (Angket).

Kuesioner adalah instrumen pengumpulan data yang menyajikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk mendapatkan tanggapan (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan memberikan daftar pertanyaan kepada Gen Z laki – laki yang berdomisili di Kabupaten Temanggung dan aktif menggunakan aplikasi TikTok.

### **3.6 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional adalah suatu konsep dalam bentuk yang dapat diukur atau diterapkan. Tujuan dari definisi operasional adalah untuk memberikan makna pada suatu variabel dengan menetapkan prosedur atau tindakan yang

harus dilakukan oleh peneliti untuk mengukur variabel tersebut. Definisi ini juga berfungsi untuk memberikan batasan atau karakteristik variabel dengan menjelaskan detail yang harus dilakukan oleh peneliti untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2020). Secara keseluruhan, tabel berikut menguraikan atribut, indikator, dan definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 3. 4 Tabel Operasional Variabel**

| No. | Nama Variabel                                   | Definisi Para Ahli                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Definisi Operasional Variabel                                                                                                                                                  | Indikator                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | <i>User Generated Content</i> (X <sub>1</sub> ) | <i>User generated content</i> merupakan sebuah konten yang diciptakan oleh konsumen dari sebuah merek mengenai ulasan pribadi mereka terhadap produk ataupun jasa dari merek tersebut tanpa adanya sponsor apa pun seperti halnya, seorang pengguna TikTok yang mengunggah konten video mengenai pengalamannya terhadap suatu produk ataupun jasa pada akun TikTok pribadinya (Pramesti & Alversia, 2024). | <i>User generated content</i> merupakan bentuk konten pemasaran alami yang membantu perusahaan mempromosikan produk atau jasa melalui pengalaman nyata pengguna atau konsumen. | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepercayaan pada <i>review</i> konsumen</li> <li>2. Pengalaman asli dari pengguna</li> <li>3. Ulasan yang menambah wawasan</li> <li>4. Kredibilitas konten (Putri, 2020), (Anisa &amp; Marlana, 2022), dan (Suwardono, 2025)</li> </ol> |
| 2.  | Promo Diskon (X <sub>2</sub> )                  | Promo diskon yaitu potongan harga yang diberikan pemasar kepada                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Promo diskon adalah penawaran potongan harga                                                                                                                                   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Frekuensi penawaran diskon</li> <li>2. Besarnya potongan harga</li> </ol>                                                                                                                                                               |

| No. | Nama Variabel                   | Definisi Para Ahli                                                                                                                                                                                                                                                           | Definisi Operasional Variabel                                                                                                        | Indikator                                                                                                                                                                               |
|-----|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                 | konsumen atas pembelian produk tertentu. Promo diskon merupakan bagian dalam strategi promosi penjualan berdasarkan harga, di mana pelanggan akan ditawarkan dengan produk yang sama namun dengan harga yang lebih murah daripada harga normalnya (Salim & Fermayani, 2021). | yang diberikan dalam periode tertentu untuk mendorong pembelian produk dengan harga lebih rendah dari harga normal.                  | 3. Masa berlaku diskon (Sandra & Anjaningrum, 2021)                                                                                                                                     |
| 3.  | <i>Review</i> (X <sub>3</sub> ) | <i>Review</i> dapat diartikan sebagai suatu ulasan, ringkasan, dan tinjauan dari beberapa sumber mengenai kondisi produk tersebut. Dengan adanya ulasan, produk yang dipasarkan dapat diketahui kelebihan dan kekurangannya (Ilmiyah & Krishernawan, 2020).                  | <i>Review</i> atau ulasan merupakan penilaian konsumen terhadap produk yang telah dibeli, berupa rating, komentar, foto, atau video. | 1. Kesadaran terhadap <i>review</i><br>2. Frekuensi pengguna <i>review</i><br>3. Perbandingan antar <i>review</i><br>4. Pengaruh <i>review</i> terhadap keputusan (Putra & Lusua, 2023) |
| 4.  | <i>Impulsive Buying</i> (Y)     | <i>Impulsive buying</i> adalah dorongan yang tiba-tiba, kuat, dan tidak direncanakan untuk membeli suatu barang tanpa mempertimbangkan                                                                                                                                       | <i>Impulsive buying</i> adalah perilaku pembelian spontan yang dilakukan oleh konsumen tanpa perencanaan                             | 1. Pembelian dilakukan secara spontan<br>2. Dorongan kuat untuk segera membeli<br>3. Keinginan membeli tanpa                                                                            |

| No. | Nama Variabel | Definisi Para Ahli                | Definisi Operasional Variabel                       | Indikator                                                                                         |
|-----|---------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |               | akibatnya (Fitriyatunnisa, 2024). | sebelumnya, yang terjadi karena dorongan emosional. | mempertimbangkan kebutuhan<br>4. Pembelian dilakukan tanpa berpikir panjang (Rook & Fisher, 1995) |

Sumber: dikembangkan dari penelitian terdahulu, 2025

### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode untuk mengubah data menjadi informasi, mempermudah pemahaman tentang karakteristik dan membantu dalam penyelesaian masalah yang berkaitan dengan penelitian (Karimuddin *et al.*, 2022). Teknik analisis data meliputi pengumpulan data dari seluruh responden, mengelompokkan data berdasarkan kriteria tertentu, melakukan pengujian setiap variabel, dan menyajikan data yang telah dianalisis (Sugiyono, 2019).

Penulis menggunakan metode analisis data *Partial Least Squares* (PLS) dalam penelitian ini. *Partial Least Squares* (PLS) adalah metodologi statistik yang secara bersamaan menganalisis variabel independen (eksogen) dan dependen (endogen). PLS menggunakan model persamaan struktural melalui *Structural Equation Modeling* (SEM), khususnya melalui teknik *Variance Based Structural Equation Modeling* (VB-SEM). Penulis memilih SmartPLS karena kemampuannya untuk menganalisis banyak jalur (Hardisman, 2021).

Analisis PLS adalah analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varians yang secara bersamaan menganalisis model pengukuran (*Outer Model*) dan model struktural (*Inner Model*).

### 3.7.1 Analisis *Outer Model* (Model Pengukuran)

Analisis *outer model* dalam PLS-SEM digunakan untuk menilai validitas dan reliabilitas prediktor atau item instrumen penelitian dalam mengukur variabel laten (Hardisman, 2021).

#### 1. *Convergent Validity*.

*Convergent validity* atau validitas konvergen adalah nilai *loading factor* yang diperoleh dari setiap indikator untuk menghitung setiap variabel. Suatu indikator dianggap valid jika koefisien korelasinya dengan konstruk yang diukur melebihi 0,70. Meskipun demikian, nilai *loading factor* antara 0,50 dan 0,60 masih dapat diterima dalam tahap pengembangan skala penelitian.

*Convergent validity* dapat dinilai dengan mempertimbangkan nilai AVE, yang mewakili pemuatan eksternal indikator dan rata-rata varians yang diekstraksi, dapat digunakan untuk menilai validitas konvergen. Jika nilai AVE (*square of Average Variance Extracted*) melebihi 0,50, model tersebut memiliki validitas konvergen yang memadai, yang berarti bahwa struktur secara rata-rata menjelaskan lebih dari setengah varians dalam indikatornya.

## 2. *Discriminant Validity.*

Discriminant validity merupakan model pengukuran reflektif yang dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran antara indikator dengan konstruk, untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai. Dilakukan dengan cara membandingkan nilai beban pada konstruk yang dituju dengan nilai yang lain. Jika akar AVE untuk setiap struktur lebih besar daripada korelasi antara struktur dan struktur lainnya dengan nilai lebih dari 0,50, model dianggap memiliki validitas discriminant yang cukup baik.

## 3. *Reliability.*

Nilai *reliabilitas composite* dan *Cronbach's alpha* digunakan untuk menentukan reliabilitas. Untuk *confirmatory research* nilai *Cronbach's alpha* atau nilai *reliabilitas composite*  $> 0,7$ , dan untuk *explanatory research* nilai dapat lebih dari 0,6. Jika nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,6, instrumen atau kuesioner penelitian dianggap reliabel.

### 3.7.2 Analisis *Inner Model* (Model Struktural)

Analisis *inner model* atau analisis struktural adalah tahap analisis yang bertujuan untuk mengevaluasi model atau hipotesis (Hardisman, 2021) atau hubungan antara variabel laten dari *substantive theory*.

1. *R-Square*.

Nilai *R-Square* yang berubah antara 0,50 dan 0,75 menunjukkan hubungan yang kuat dan moderat antara variabel laten eksogen dan endogen.

2. *F-Square*.

Uji ini digunakan untuk mengukur kebaikan model. Nilai antara 0,02 dan 0,35 menunjukkan bahwa prediktor variabel latennya memiliki hubungan medium-besar.

3. *Estimate For Path Coefficients*.

Metode *bootstrapping* digunakan dalam uji ini untuk mengukur pengaruh antar variabel.

### 3.8 Uji Hipotesis

Penelitian ini melakukan uji hipotesis untuk memastikan pengaruh langsung atau tidak langsung (parsial maupun simultan) dari variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi, atau alpha ( $\alpha$ ) sebesar 5% (0,05) secara statistik digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis. Kemungkinan keputusan yang salah adalah 5%, sedangkan probabilitas keputusan yang benar adalah 95%. Interpretasi hasil uji hipotesis dilakukan sebagai berikut:

1. Jika nilai t-hitung melebihi nilai kritis pada tabel distribusi t, atau jika nilai p kurang dari tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) 5% (0,05), maka hipotesis nol ( $H_0$ ) akan ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima. Hal ini menunjukkan

bahwa variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen.

Jika nilai signifikan  $t < 0,05$  , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, atau  
 Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima artinya signifikan

2. Sebaliknya, jika nilai t-hitung kurang dari nilai kritis pada tabel distribusi t, atau jika nilai probabilitas (nilai p) melebihi tingkat signifikansi ( $\alpha = 0,05$ ), maka hipotesis nol ( $H_0$ ) akan diterima dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) akan ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Jika nilai signifikan  $t > 0,05$  , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, atau  
 Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak artinya tidak  
 signifikan

Derajat kebebasan (df) dalam uji t ditentukan oleh rumus  $df = n - 1$ , di mana n adalah jumlah sampel dalam penelitian. Pengambilan keputusan dalam uji hipotesis bergantung pada perbandingan nilai t yang dihitung dengan nilai kritis dari tabel distribusi t, atau nilai p dengan ambang batas signifikansi yang ditentukan ( $\alpha$ ).