

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pengusaha rumah makan yang terdampak Covid-19 di Tangerang Raya merupakan salah satu fokus utama dalam penelitian ini. Terletak di wilayah yang strategis di Provinsi Banten, Tangerang Raya memiliki potensi besar dalam pengembangan bisnis kuliner. Namun, dengan merebaknya pandemi Covid-19, banyak pengusaha rumah makan di kota ini mengalami dampak yang signifikan terhadap operasional dan pendapatan mereka.

Data terbaru dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang menunjukkan bahwa banyak pengusaha rumah makan yang terdampak Covid-19 mengalami kesulitan dalam menjaga usaha mereka tetap berjalan. Penurunan jumlah pelanggan, pembatasan operasional, dan perubahan perilaku konsumen merupakan beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh pengusaha rumah makan di Tangerang Raya selama pandemi.

Ada beberapa faktor yang menjadi penyebab dari dampak yang signifikan ini. Selain situasi ekonomi yang sulit, pengusaha rumah makan juga menghadapi kendala dalam mengakses modal usaha dan dukungan dari pemerintah daerah. Terlebih lagi, terbatasnya akses terhadap sumber daya manusia yang berkualitas juga menjadi masalah serius bagi mereka.

3.2 Proses Pengumpulan Data Responden

Proses pengumpulan data dilakukan melalui dua metode utama. Pertama, penyebaran kuesioner daring menggunakan *Google Form* kepada pengusaha rumah makan yang terdampak pandemi COVID-19 di wilayah Tangerang Raya. Melalui

metode daring ini, responden dapat mengisi kuesioner secara online melalui tautan yang disediakan, memungkinkan partisipasi yang lebih luas dan efisien dari para pengusaha. Kuesioner daring memungkinkan pengumpulan data yang cepat dan mudah, serta meminimalkan kontak fisik yang mungkin tidak diinginkan di tengah situasi pandemi. Selain itu, metode daring juga memberikan fleksibilitas waktu bagi responden untuk mengisi kuesioner sesuai dengan jadwal dan ketersediaan mereka.

Kedua, penyebaran kuesioner secara langsung dilakukan dengan cara menyebarkan *Google Form* secara offline dari rumah makan ke rumah makan. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mencapai pengusaha rumah makan yang mungkin tidak memiliki akses internet atau tidak terbiasa dengan teknologi daring. Peneliti dapat langsung berinteraksi dengan pengusaha di tempat usaha mereka, menjelaskan tujuan penelitian, dan memfasilitasi pengisian kuesioner. Pendekatan ini juga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam melalui diskusi langsung dengan responden, serta memperoleh tanggapan yang lebih lengkap dan akurat.

Kombinasi dari kedua metode tersebut diharapkan dapat menghasilkan data yang komprehensif dan representatif mengenai dampak pandemi COVID-19 terhadap pengusaha rumah makan di Tangerang Raya, serta faktor-faktor yang memengaruhi niat kewirausahaan dan perilaku kewirausahaan mereka.

3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian merujuk pada struktur yang disusun untuk mengarahkan pelaksanaan sebuah proyek penelitian. Hal ini bertujuan untuk membantu peneliti dalam memperoleh informasi yang relevan yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah penelitian atau mendapatkan jawaban atas pertanyaan penelitian yang diajukan (Malhotra et al., 2017).

3.3.1 Jenis Penelitian

Menurut Malhotra (2017), desain penelitian memiliki dua jenis, yaitu:

3.3.1.1 Exploratory Research Design

Jenis desain ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang sifat suatu fenomena. Peneliti secara aktif mengeksplorasi ide-ide atau wawasan baru yang muncul, mengejanya hingga tidak ada kemungkinan baru atau arah alternatif ditemukan. Akibatnya, fokus penelitian dapat berubah secara dinamis ketika wawasan baru muncul. Penelitian eksplorasi ditandai oleh fleksibilitas dan keragaman dalam metode, karena tidak menggunakan protokol penelitian formal, dan umumnya menggunakan metode penelitian kualitatif.

3.3.1.2 Conclusive Research Design

Penelitian konklusif memiliki sifat yang lebih formal dan terstruktur karena menggunakan sampel yang besar dan representatif, serta melakukan analisis secara kuantitatif. Tujuan dari penelitian konklusif adalah untuk mendeskripsikan suatu kejadian tertentu, menguji hipotesis, dan menguji hubungan. Desain penelitian konklusif dapat dibagi menjadi dua kelompok:

1. Penelitian Deskriptif:

Penelitian deskriptif bertujuan untuk menguraikan karakteristik atau fungsi pasar sebagai fokus penelitiannya. Penelitian ini ditandai dengan perumusan sebelumnya dari pertanyaan penelitian dan hipotesis tertentu. Ada dua jenis penelitian deskriptif:

- a. Penelitian Cross-sectional, yang merupakan desain penelitian dengan satu kali pengumpulan data sampel dari populasi.
- b. Penelitian Longitudinal, yang merupakan desain penelitian dengan sampel yang diukur beberapa kali atau bersifat tetap.

2. Penelitian Kausal:

Tujuan utama dari penelitian konklusif adalah untuk menemukan fakta hubungan sebab-akibat (kausal).

Dari uraian tersebut, peneliti menetapkan bahwa penelitian ini menggunakan desain penelitian konklusif dengan jenis penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel *Fear and Anxiety of Covid-19, Business Opportunity Recognition, Self-Efficacy, Entrepreneurial Intention* terhadap variabel *Entrepreneurial Behaviour*. Peneliti menggunakan desain penelitian *cross-sectional* dalam pengambilan sampel data dari populasi yang ditentukan.

3.4 Data Penelitian

Menurut Sekaran dan Bougie (2016), data penelitian dapat dikelompokkan menjadi dua kategori:

1. Data Primer:

Metode pengumpulan data primer melibatkan pengumpulan data langsung dari sumber aslinya untuk tujuan penelitian tertentu. Terdapat empat metode pengumpulan data primer: observasi, wawancara, penyebaran survei, dan eksperimen. Data primer dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran survei menggunakan *Google Form* secara online dan offline. Survei ini terdiri dari 34 pernyataan yang dinilai menggunakan skala Likert 5. Skala Likert 5, seperti yang didefinisikan oleh Malhotra (2017), adalah skala penilaian di mana responden diminta untuk menentukan seberapa setuju atau tidak setuju dengan setiap pernyataan tentang objek stimulus, dengan lima kategori tanggapan mulai dari 'sangat tidak setuju' hingga 'sangat setuju'.

2. Data Sekunder:

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan selain dari tujuan penelitian saat ini. Sumber data sekunder dapat berasal dari berbagai sumber seperti buletin statistik, publikasi pemerintah, informasi yang tersedia dalam atau di luar organisasi, situs web perusahaan, dan internet. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui pengumpulan literatur, jurnal, situs web, berita, dan buku yang relevan dengan topik penelitian.

Penelitian ini menggunakan kedua jenis data, yaitu data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran survei online (*Google Form*) dan *offline*. Survei ini berisi 34 pernyataan yang disebarakan kepada responden target melalui berbagai platform komunikasi seperti Whatsapp, dan Line. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data sekunder berupa teori-teori yang diperoleh dari literatur seperti artikel jurnal, buku, dan berita online.

3.5 Metode Penelitian

Menurut Malhotra (2017), analisis data diklasifikasikan ke dalam dua kategori utama:

1. Metode Kualitatif:

Metode ini melibatkan pendekatan riset yang tidak terstruktur, terutama dalam eksplorasi berdasarkan sampel yang relatif kecil. Tujuan utamanya adalah untuk menyampaikan kedalaman, wawasan, dan pemahaman tentang fenomena yang diteliti.

2. Metode Kuantitatif:

Metode ini berusaha untuk mengukur data dan umumnya melibatkan berbagai bentuk pengukuran serta analisis statistik. Pendekatan ini memungkinkan untuk menyajikan data secara lebih terukur dan menggunakan analisis statistik untuk menguji hipotesis yang dirumuskan sebelumnya.

Berdasarkan informasi tersebut, peneliti memilih untuk menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui skala pengukuran yang diisi oleh responden. Dengan pendekatan ini, hasil penelitian menjadi lebih konkret dan tidak bersifat abstrak, dan kesimpulan diambil berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis data juga dilakukan dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan

untuk menggambarkan apakah ada atau tidak adanya pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3.6 Ruang Lingkup Penelitian

3.6.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019:126), populasi merujuk pada wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan dari situ ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, populasi adalah pengusaha muda yang berada di Tangerang Raya. Ada empat aspek dalam target populasi yang perlu dipertimbangkan, yaitu:

a. Element

Menurut Malhotra et al. (2017), elemen merujuk pada objek yang mengandung informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Dalam konteks penelitian ini, elemen tersebut adalah responden yang akan memberikan informasi yang relevan kepada peneliti.

b. Unit Sampel

Unit sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang serupa dan akan dijadikan sampel dalam penelitian (Malhotra et al., 2017). Dalam penelitian ini, unit sampel adalah mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di universitas di wilayah Tangerang yang memiliki minat dalam berwirausaha.

c. Lingkup

Lingkup merujuk pada batasan wilayah atau cakupan penelitian (Malhotra et al., 2017). Dalam konteks penelitian ini, lingkungannya adalah wilayah Kota Tangerang.

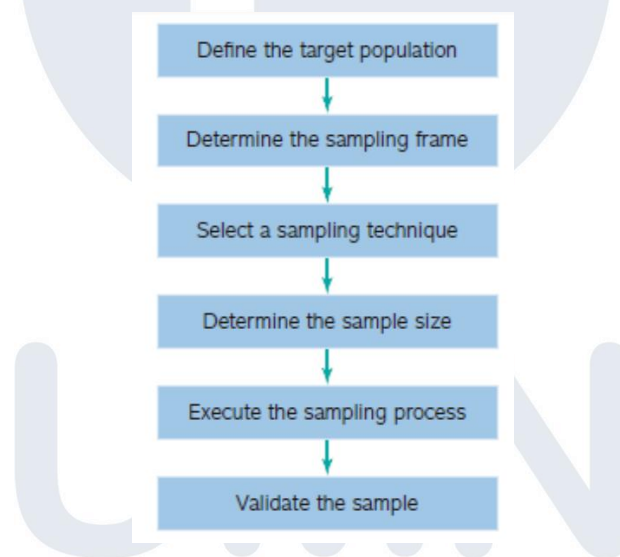
d. Waktu

Waktu mencakup periode mulai dari pencarian data atau informasi hingga analisis data selesai dilakukan. Dalam penelitian ini, waktu yang dibutuhkan adalah lima bulan, dimulai dari bulan Maret 2024 hingga Mei 2024.

3.6.2 Sampel

3.6.2.1 *Sampling Design Process*

Menurut Malhotra (2017), desain langkah pengambilan sampel terdiri dari enam tahap seperti ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 3.1 Sampling Design Process

Sumber: Malhotra (2017)

Keenam tahapan tersebut saling berhubungan dan terkoneksi. Keenam langkah tersebut yaitu :

1. Identifikasi Target Populasi:

Penentuan target populasi merujuk pada identifikasi kelompok komponen atau objek yang memiliki informasi yang relevan bagi peneliti dan yang akan menjadi basis untuk kesimpulan yang akan ditarik (Malhotra, 2017). Dalam penelitian ini, target populasi mencakup individu yang berusia antara 18 hingga 34 tahun pada tahun 2022.

2. Pengaturan Kerangka Sampel:

Kerangka sampel, sesuai dengan definisi dari Malhotra (2017), adalah representasi dari elemen-elemen dalam target populasi yang disusun dalam bentuk daftar atau serangkaian petunjuk untuk mengidentifikasi individu-individu dalam target populasi. Dalam penelitian ini, tidak ada penggunaan sampling frame.

3. Teknik Sampling

Menurut Malhotra et al. (2017), sampel merujuk pada sebagian atau subkelompok dari elemen populasi yang dipilih untuk berpartisipasi dalam penelitian. Dalam menetapkan sampel penelitian, terdapat dua teknik sampling yang umum digunakan serta batasan ukuran sampel.

A. Probability Sampling:

Probability sampling adalah teknik di mana setiap elemen populasi memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih sebagai sampel yang mewakili populasi penelitian. Beberapa teknik dalam probability sampling meliputi:

- Simple Random Sampling:
Metode pengambilan sampel secara acak di mana setiap elemen memiliki peluang yang sama untuk dipilih.

- Systematic Sampling:
Metode di mana elemen pertama dipilih secara acak, kemudian elemen-elemen berikutnya dipilih secara sistematis menurut pola tertentu.

- Stratified Sampling:
Teknik di mana populasi dibagi menjadi subkelompok yang lebih kecil, dan sampel diambil secara acak dari setiap subkelompok.
- Cluster Sampling:
Metode di mana populasi dibagi menjadi beberapa kluster, dan sejumlah kecil individu dari masing-masing kluster dipilih sebagai sampel.

B. Non-Probability Sampling:

Non-probability sampling adalah teknik di mana tidak semua elemen populasi memiliki probabilitas yang sama untuk dipilih sebagai sampel, dan tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Beberapa jenis non-probability sampling meliputi:

- Convenience Sampling:
Teknik di mana sampel dipilih berdasarkan kenyamanan dan ketersediaan.
- Judgemental Sampling:
Metode di mana sampel dipilih berdasarkan penilaian peneliti terhadap karakteristik yang dianggap penting.
- Quota Sampling:
Teknik di mana kuota ditetapkan terlebih dahulu, kemudian sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu.
- Snowball Sampling:
Metode di mana sampel awal dipilih oleh peneliti, lalu sampel tersebut merekomendasikan individu lain yang sesuai dengan karakteristik penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik non-probability sampling dengan menggunakan judgemental sampling. Dengan pendekatan ini, peneliti memilih sampel berdasarkan penilaian mereka terhadap kriteria yang ditetapkan, yaitu Pengusaha Rumah Makan yang Terkena Dampak Covid-19 di Tangerang Raya.

3.6.2.2 Sample Size

Ukuran sampel merujuk pada jumlah individu, subjek, atau elemen dari populasi yang diambil sebagai sampel dalam penelitian. Menurut Hair et al. (2014), jumlah minimal sampel harus setidaknya lima kali jumlah indikator yang diteliti dan tidak boleh kurang dari 50 observasi. Dalam penelitian ini, dengan adanya 34 pertanyaan, maka jumlah minimal sampel yang dibutuhkan adalah 170 responden.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Dalam metodologi pengumpulan data, terdapat dua jenis sumber data yang tersedia, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah informasi atau data yang diperoleh langsung oleh peneliti untuk keperluan penelitian. Data primer dapat diperoleh melalui berbagai metode seperti survei, wawancara, observasi lapangan, dan lainnya, tergantung pada kebutuhan penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain dan disediakan kepada peneliti. Data sekunder dapat berasal dari berbagai sumber seperti artikel jurnal, data statistik, berita, dan buku yang dapat mendukung penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui survei menggunakan kuesioner online melalui *Google Form* yang diberikan kepada pengusaha muda yang berada di Kota Tangerang. Selain itu, untuk memperdalam pemahaman dari jawaban kuesioner, peneliti juga melakukan wawancara singkat dengan beberapa responden. Sementara itu, untuk mendukung analisis penelitian, peneliti menggunakan berbagai data sekunder yang diperoleh dari internet, termasuk jurnal ilmiah, artikel berita, data statistik, dan buku referensi.

3.8 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, terdapat lima variabel yang akan diselidiki, yaitu Ketakutan dan Kecemasan Covid-19 (FA), Pengenalan Peluang (BOR), Efikasi Diri (ESE), Niat Kewirausahaan (EI), dan Perilaku Kewirausahaan (EB). Penentuan indikator merujuk pada penelitian terkemuka (Loan et al., 2021a), yang didasarkan pada definisi operasional setiap variabel. Skala yang digunakan adalah skala likert dengan 5 poin, di mana nilai 1 menunjukkan bahwa responden sangat tidak setuju, sementara nilai 5 menunjukkan bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan yang diberikan oleh peneliti..

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Pertanyaan Pengukuran	Teknik Pengukuran

1	<i>Fear and Anxiety of Covid-19</i>	Merupakan sebuah masalah kesehatan psikologis, seperti pengecualian pasien yang positif terinfeksi, penyintas, keluarga mereka, dan individu lain yang terkait dengan penyakit tersebut dari masyarakat, serta gangguan penyesuaian dan depresi.	<p>1. Saya kesulitan untuk tidur atau tertidur karena memikirkan tentang virus corona</p> <p>2. Saya merasa lumpuh atau tegang ketika memikirkan atau terpapar informasi tentang virus corona</p> <p>3. Saya kehilangan minat makan ketika memikirkan atau terpapar informasi tentang virus corona</p> <p>4. Saya merasa mual atau sakit perut ketika memikirkan atau terpapar informasi tentang virus corona</p>	<i>Likert 1-5</i>
---	-------------------------------------	--	---	-------------------

			5. Saya sering merasa tegang atau gugup ketika berpikir tentang potensi penyebaran virus corona di sekitar saya.	
2	<i>Opportunity Recognition</i>	Merupakan tahap di mana gagasan bisnis untuk usaha baru yang mungkin menguntungkan diwujudkan oleh seseorang	<p>1. Saya melihat banyak peluang untuk memulai dan mengembangkan bisnis</p> <p>2. Menemukan peluang usaha potensial itu mudah bagi saya</p>	<i>Likert 1-5</i>

			3. Secara umum, menurut saya terdapat banyak peluang untuk inovasi produk baru	
			4. Saya memiliki kepekaan khusus terhadap ide usaha baru	
			5. Saya meyakini di balik sebuah krisis yang terjadi, saya akan mendapatkan peluang baru	
3	<i>Self-Efficacy</i>	Merupakan sebuah konsep yang mengukur keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan	1. Saya menunjukkan bakat yang besar dalam kreativitas dan inovasi di bidang bisnis 2. Saya dapat mengembangkan dan menjaga hubungan baik dengan calon investor	<i>Likert 1-5</i>

			3. Saya dapat melihat peluang pasar untuk produk dan layanan baru	
			4. Saya dapat menciptakan dan mengembangkan lingkungan kerja yang dapat mendorong orang untuk mencoba sesuatu yang baru	
			5. Saya merasa yakin bahwa saya dapat mengatasi hambatan dan rintangan yang mungkin saya hadapi dalam menjalankan bisnis saya.	
4	<i>Entrepreneurial Intention</i>	Merupakan keinginan, ketertarikan, dan motivasi kuat untuk berwirausaha guna memenuhi kebutuhan hidup tanpa	1. Saya siap melakukan apapun untuk menjadi wirausaha 2. Tujuan profesional saya adalah menjadi wirausaha	<i>Likert 1-5</i>

		<p>rasa ragu atau takut akan risiko yang mungkin dihadapi, serta selalu menggunakan kegagalan sebagai pelajaran untuk terus maju dan berkembang dalam usaha.</p>		
			<p>3. Saya akan melakukan segala upaya untuk memulai dan menjalankan perusahaan saya sendiri</p>	
			<p>4. Saya bertekad untuk mendirikan perusahaan di masa depan</p>	
			<p>5. Saya sangat serius dalam memulai sebuah perusahaan</p>	

			6. Saya mempunyai niat yang kuat untuk mendirikan sebuah perusahaan	
5	<i>Entrepreneurial Behaviour</i>	Merupakan bentuk perilaku yang mencerminkan kecenderungan atau karakteristik seseorang untuk terlibat dalam aktivitas wirausaha.	<p>1. Saya memiliki pengalaman memulai proyek atau bisnis baru</p> <p>2. Saya mampu mengembangkan rencana bisnis/ business plan</p> <p>3. Saya tahu cara untuk memulai bisnis baru</p> <p>4. Saya tahu cara untuk melakukan riset pasar</p>	<i>Likert 1-5</i>

			5. Saya telah berinvestasi secara informal di suatu bisnis	
--	--	--	--	--

3.9 Teknik Analisis Data

3.9.1 Uji Validitas dan Realibitas

1. Uji Validitas

Sebelum menyebarkan kuesioner kepada seluruh sampel, penting untuk menguji validitas indikator agar dapat memastikan kemampuannya dalam menjelaskan karakteristik fenomena yang diteliti. Semakin tinggi tingkat validitas indikator, semakin baik kuesioner dapat mengidentifikasi ciri-ciri variabel dengan akurat. Dengan kata lain, tidak ada kesalahan pengukuran yang terjadi pada setiap variabel yang digunakan (Malhotra dkk., 2017). Dalam penelitian ini, faktor analisis digunakan untuk menganalisis data pre-test melalui aplikasi statistik SPSS, dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.2 Ukuran Validitas

No	Ukuran Validitas	Definisi	Persyaratan Nilai
----	------------------	----------	-------------------

1	Kaiser Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy	Indeks yang dipakai untuk mengevaluasi tingkat kesesuaian dalam analisis faktor	Jika nilai KMO ≥ 0.50 , menandakan bahwa analisis faktor dinyatakan valid, namun apabila nilai KMO $< 0,5$ maka analisis data dinyatakan tidak valid.
2	Barlett's test of sphericity	Indeks yang digunakan untuk menguji hipotesis dan menilai apakah terdapat hubungan atau korelasi antar variabel dalam sebuah populasi..	Jika hasil uji nilai berada di angka < 0.05 , maka hubungan antar variabel signifikan. Sedangkan angka > 0.05 , maka tidak adanya hubungan yang signifikan antar variabel.
3	Anti Image Matrice	Indeks yang digunakan untuk menguji apakah terdapat hubungan negatif antara variabel.	Jika nilai MSA = 1, variabel dapat diprediksi tanpa kesalahan. Jika MSA ≥ 0.5 , variabel secara keseluruhan dapat diprediksi dan dianalisis lebih lanjut. Namun, jika MSA < 0.5 , variabel dianggap tidak dapat diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut.
4	Factor Loading of Component Matrix	Indeks yang digunakan untuk menilai korelasi antara indikator dan variabel serta menentukan tingkat	Indikator dianggap valid jika nilai faktor loading mencapai 0,5 atau lebih. Jika nilai faktor loading berada di bawah 0,5, maka indikator tersebut tidak membentuk faktor.

		validitas masing-masing variabel.	
--	--	-----------------------------------	--

Sumber: Malhotra et al., 2017

2. Uji Realibitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan konsistensi dalam pengukuran data jika diulang-ulang. Sebuah survei dianggap reliabel jika hasil pengukurannya konsisten dari waktu ke waktu. Data dianggap reliabel jika nilai Cronbach Alpha mencapai atau melebihi 0,7 (Hair dkk., 2010).

3.10 Analisis Data Penelitian

3.10.1 Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode analisis regresi linear berganda. Tujuan dari analisis regresi linear berganda adalah untuk mengevaluasi hubungan dan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, serta untuk menilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018)

3.11 Uji Hipotesis

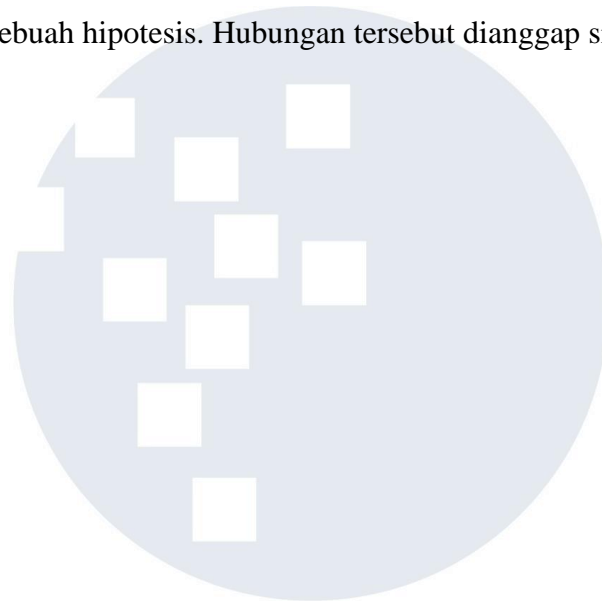
Hair et al. (2017) menyatakan bahwa validitas suatu model teori tergantung pada pemenuhan beberapa syarat, antara lain:

3.11.1 T-Statistic:

T-statistic digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar dampak variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk uji t-statistic, nilai persyaratannya adalah $\geq 1,64$ (one-tailed) dan $\geq 1,96$ (two-tailed).

3.11.2 P-Values:

P-values digunakan untuk menilai signifikansi hubungan antara variabel dalam sebuah hipotesis. Hubungan tersebut dianggap signifikan jika nilai p-values $< 0,05$.



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA