

BAB III

OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran dari suatu penelitian. Menurut Umar (2014), objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, dapat juga ditambahkan dengan hal-hal lain jika dianggap perlu. Mengacu pada penjelasan di atas, maka penulis menyimpulkan objek penelitian adalah sasaran ilmiah dan ruang lingkup yang merupakan pokok persoalan dari suatu penelitian.

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah preferensi konsumen dalam memilih hotel syariah. Sementara subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah menginap di hotel di Kota Bandung, baik itu hotel syariah ataupun hotel konvensional. Penelitian ini menganalisis *customer value index* pada pemilihan hotel syariah dengan metode *conjoint*. Penelitian ini menyebarkan kuesioner menggunakan *google form* yang disebarkan di sosial media dalam rentan waktu penelitian dari bulan Mei-Juli tahun 2020. Penelitian ini dilakukan di hotel syariah yang berada di Kota Bandung.

3.2 Metode Penelitian

Menurut Sekaran (2016), penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan pengumpulan data dalam bentuk angka-angka yang umumnya dikumpulkan melalui pertanyaan terstruktur. Pengumpulan data kuantitatif contohnya seperti peringkat kepuasan, angka produksi, angka penjualan, atau demografis. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan sebuah metode penelitian yang bertujuan menggambarkan bagaimana fenomena atau gejala sosial yang terjadi di masyarakat saling berhubungan satu sama lain secara kuantitatif.

Customer value index adalah sebuah penghitungan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap suatu produk dengan memberikan alternatif kombinasi atribut dari produk tersebut. Penelitian ini mengharuskan pengumpulan data preferensi konsumen yang menggunakan skala sehingga terkumpul data dalam

bentuk angka-angka. Oleh karena itu, penelitian kali ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif.

3.3 Desain Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menggambarkan preferensi konsumen dalam memilih hotel syariah. Penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data yang menggambarkan topik penelitiannya adalah penelitian deskriptif (Sekaran & Roger, 2016).

Studi deskriptif sering dirancang untuk mengumpulkan data yang menggambarkan karakteristik objek (seperti orang, organisasi, produk, atau merek), peristiwa, atau situasi. Metode deskriptif adalah salah satu cara untuk memecahkan masalah yang diselidiki dengan mendeskripsikan objek penelitian pada saat ini berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya. Maka dari itu, penelitian ini menggunakan metode survey. Survey adalah sistem untuk mengumpulkan informasi dari atau tentang orang untuk menggambarkan, membandingkan, atau mengungkapkan pengetahuan, sikap, dan perilaku mereka. Strategi survei sangat populer dalam penelitian bisnis, karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data kuantitatif dan kualitatif pada berbagai jenis pertanyaan penelitian. Singkatnya, Sebuah studi penelitian yang menggambarkan variabel-variabel dalam situasi yang menarik bagi peneliti (Sekaran & Roger, 2016).

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang digunakan dalam menyelesaikan suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memecahkan masalah yang sedang diteliti yaitu mengenai analisis *customer value index* dalam memilih hotel syariah yang diperoleh berdasarkan data serta fakta yang dikumpulkan.

3.3.1 Definisi Operasional Variabel

Pada bagian ini akan dijelaskan definisi operasional variabel yang digunakan yaitu *Customer value index* dengan pemilihan atribut yang penulis ambil dari berbagai penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Konsep	Variabel	Definisi Operasional	Sumber Data	Kuesioner Penelitian
<i>Customer value index.</i>	<i>Customer Value Index</i>	Skor Skala kombinasi atribut Hotel Syariah	Jawaban responden setuju sampai tidak setuju tentang:	16 item skala kombinasi atribut
Kombinasi atribut Hotel Syariah.	Hotel Syariah	Likert 5 point dengan indikator:	1. Operasional	Hotel Syariah model
Operasional, pelayanan, desain dan interior, fasilitas, serta finansial		1. Operasional 2. Pelayanan 3. Desain dan Interior 4. Fasilitas 5. Finansial	2. Pelayanan 3. Desain dan interior 4. Fasilitas 5. Finansial	Likert 5 point

Sumber: (Rosenberg & Choufanyi, 2009), (Kemenpar, 2014)

3.3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa, atau hal-hal menarik yang ingin diselidiki oleh peneliti untuk membuat kesimpulan (Sekaran & Roger, 2016). Sedangkan menurut Indrawati (2015), populasi merupakan keseluruhan kelompok orang, kejadian, benda-benda yang menarik bagi peneliti untuk ditelaah dalam penelitiannya. Populasi yang dipilih berfungsi sebagai pembatas dari hasil penelitian yang diperoleh peneliti.

Pada penelitian ini, populasi yang digunakan yaitu warga negara Indonesia yang sudah berusia 17 tahun atau lebih dan pernah menginap di hotel di Kota Bandung, baik hotel konvensional ataupun hotel syariah.

Karena jumlah populasi yang tidak diketahui, maka jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Jacob Cohen (Arikunto, 2014)

$$N = L / F^2 + u + 1$$

Keterangan:

N = Ukuran sampel

F^2 = *Effect Size* adalah 0.1

u = Banyak ubahan yang terkait dalam penelitian

L = Fungsi power dari u, yang di peroleh dari table Power (p) = 0,95

Harga L tabel dengan t.s 1% power 0.95 dan u=5 adalah 19.76

Dari formula tersebut didapatkan perolehan sampel sebagai berikut:

$$N = 19.76 / 0.1 + 5 + 1 = 203,6$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari rumus tersebut penelitian ini akan mengambil 203 responden untuk diteliti.

Sampel adalah subjek dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi (Ferdinand, 2014). Sampel dibentuk karena ada banyak kasus yang tidak mungkin diteliti seluruh anggota populasinya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* yaitu peneliti memilih sampel *purposive* secara subjektif (Ferdinand, 2014). Pemilihan sampel dilakukan agar penelitian lebih efektif dan efisien karena kelompok tersebut memenuhi kriteria yang diberikan oleh peneliti dan dinilai dapat memberikan informasi yang diperlukan. Calon responden wajib memenuhi kriteria tertentu yaitu, responden yang dipilih merupakan masyarakat Indonesia yang berusia 17 tahun ke atas yang sudah pernah menginap di hotel di Kota Bandung, baik hotel syariah ataupun hotel konvensional. Pemilihan kriteria responden yang sudah berusia lebih dari 17 tahun dikarenakan seseorang yang sudah berusia 17 tahun sudah dapat menentukan pilihan di hotel mana dia akan menginap ketika diperlukan. Lalu untuk kriteria calon responden yang sudah pernah menginap di hotel dikarenakan kuesioner penelitian ini tentang atribut hotel membuat responden harus memiliki wawasan atau pengalaman perihal atribut hotel yang ditanyakan. Kriteria yang terakhir yaitu responden harus pernah menginap di hotel konvensional atau syariah yang berada di Kota Bandung karena menurut penelitian Rhee dan Yang (2015) bahwa wisatawan dengan tujuan perjalanan yang berbeda cenderung menilai setiap atribut secara berbeda.

3.3.3 Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam bagian ini akan dijelaskan teknik pengujian instrument penelitian dan teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian.

3.3.3.1 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah langkah yang penting pada suatu penelitian. Pada umumnya, data yang dikumpulkan akan digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan peneliti. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data primer adalah data yang didapat secara langsung melalui penyebaran kuesioner di lapangan. Sedangkan data sekunder adalah data yang di peroleh peneliti dari sumber yang sudah ada sebelumnya.

a) Kuesioner

Kuesioner merupakan satu set pertanyaan yang disusun secara sistematis yang diberikan kepada wisatawan domestik dan mancanegara yang pernah dan akan menggunakan/memilih hotel syariah ketika berlibur dan berhubungan dengan instrumen-instrumen dalam memilih hotel syariah.

b) Studi Kepustakaan

Pengumpulan data dengan menganalisis dan memahami dari berbagai sumber yang relevan seperti buku, jurnal, *website*, laporan dan *literature* lainnya yang menyangkut tentang penelitian ini.

3.3.3.2 Instrumen Penelitian

Teknik penyekalaan dalam penelitian ini memakai metode skala Likert. Skala ini dikenal juga sebagai *summated scale* yaitu skala yang sering digunakan dalam ilmu sosial terutama untuk mengukur sikap seseorang, skala ini dapat juga digunakan untuk mengukur pendapat, personalitas, menggambarkan kehidupan maupun lingkungan seseorang, emosi kebutuhan personal dan penggambaran pekerjaan (Ghazali, 2014). Dengan menggunakan skala Likert, maka variabel yang diukur dijabarkan dalam bentuk indikator dan ukuran. Selanjutnya, ukuran dari indikator tersebut diturunkan dalam bentuk pertanyaan penelitian yang akan dijawab oleh responden.

Masing-masing *item* pada pertanyaan dalam kuesioner diukur dengan menggunakan skala Likert 1 sampai 5,

1. Angka 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Angka 2 = Tidak Setuju (TS)

3. Angka 3 = Netral (N)
4. Angka 4 = Setuju (S)
5. Angka 5 = Sangat Setuju (SS)

3.3.3.3 Teknik Pengujian Data

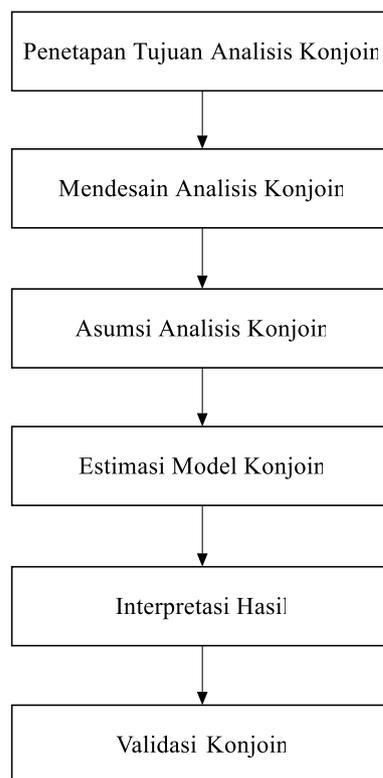
Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Conjoint Analysis* yang bertujuan untuk mengukur preferensi konsumen dalam memilih hotel syariah di Kota Bandung. Menurut Hair, J. F (2018).

Menurut Sekaran & Bougie (2016), analisis *conjoint* adalah teknik statistik yang digunakan di berbagai bidang termasuk pemasaran, manajemen produk, dan riset operasi. Sedangkan Menurut Indrawati (2015), analisis *conjoint* adalah suatu metode analisis kuantitatif yang dalam penelitian bisnis digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen akan kombinasi suatu produk yang memberikan nilai manfaat terbesar yang dirasakan atau akan dirasakan mereka. Responden akan dihadapkan pada beberapa atribut produk atau jasa, dan mereka akan diminta untuk menilai masing-masing faktor yang terkandung pada setiap atribut produk atau jasa yang dinilai oleh responden. Hasil analisis ini dapat membantu perusahaan dalam menentukan produk seperti apa yang akan mereka buat.

3.3.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Conjoint Analysis* untuk mengukur preferensi konsumen dalam memilih hotel syariah di Kota Bandung. Menurut Hair, J. F (2018), analisis *conjoint* adalah teknik multivariat khusus untuk memahami bagaimana responden mengembangkan preferensi untuk setiap jenis objek (produk, jasa, atau ide-ide).

3.3.4.1 Tahapan Analisis *Conjoint*



Gambar 3.1 Tahapan Analisis *Conjoint*

Sumber: Hair et al., (2018)

1. Penetapan Tujuan Analisis *Conjoint*

Tujuan dilakukan analisis *conjoint* dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi konsumen dalam memilih hotel syariah di Kota Bandung. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai suatu acuan dan pertimbangan para perusahaan atau pengembang hotel syariah dalam menyediakan layanan hotel syariah yang disediakan oleh perusahaan di masa yang akan datang agar sesuai dengan preferensi konsumen.

2. Mendesain Analisis *Conjoint*

Menurut Hair et al. (2018), desain analisis *conjoint* dibagi menjadi tiga macam metodologi yaitu: *traditional conjoint analysis*, *adaptive conjoint method*,

dan *choice-based conjoint approach*. Desain analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *traditional conjoint* dikarenakan terdapat 5 atribut yang digunakan. *Traditional conjoint* adalah ditandai dengan model aditif sederhana umumnya mengandung hingga sembilan faktor yang diperkirakan untuk setiap atribut (batas atas pada jumlah atribut adalah 9).

Tabel 3.2
Atribut dan Level Penelitian

Atribut	Level	Indikator
Operasional	1	Tidak ada minuman beralkohol dan hanya menjual hidangan halal.
	2	Mayoritas staf adalah muslim.
	3	Staf wanita beroperasi di lantai khusus tamu wanita menginap, staf pria beroperasi di lantai khusus tamu pria menginap.
Pelayanan	1	Hotel tidak menerima reservasi yang dilakukan pasangan belum menikah.
	2	Pengaturan waktu penggunaan sarana kebugaran dibedakan untuk tamu pria dan wanita.
	3	Seluruh karyawan dan karyawanati mengenakan pakaian sopan dan menutup aurat.
Desain dan Interior	1	Tidak ada kloset/ <i>urinoir</i> yang menghadap kiblat.
	2	Terdapat penanda/petunjuk arah kiblat di setiap kamar tamu.
	3	Dekorasi dan seni tidak boleh menggambarkan bentuk manusia dan hewan.
Fasilitas	1	Tidak ada fasilitas hiburan malam
	2	Fasilitas yang terpisah antara tamu pria dan wanita
Finansial	1	Hotel dibiayai melalui pengaturan keuangan Islam.
	2	Hotel membayar zakat

Sumber: (Rosenberg & Choufanyi, 2009), (Kemenpar, 2014)

Selanjutnya pembentukan stimuli atau profil. Stimuli adalah kombinasi dari atribut maupun indikator yang ditampilkan dalam satu bagian (Indrawati, 2015). Penelitian ini terdiri dari 5 atribut dan 16 indikator. Maka dalam penciptaan stimuli, kombinasi yang mungkin terjadi dari perkalian jumlah tiap indikator adalah $3 \times 3 \times 3 \times 2 \times 2 = 108$ kemungkinan profil. Jumlah kombinasi yang terlalu banyak tentu saja akan sangat menyulitkan responden dalam melakukan evaluasi. Maka dari itu, perlu dilakukan pengurangan jumlah stimuli tersebut. Menurut Hair, J. F (2018), jumlah minimal stimuli yang harus tersedia untuk dievaluasi responden diformulasikan:

$$\begin{aligned} \text{Jumlah minimum profil} &= \text{Jumlah indikator} - \text{Jumlah atribut} + 1 \\ &= 16 - 5 + 1 \\ &= 12 \text{ stimuli} \end{aligned}$$

Dibawah ini merupakan salah satu contoh kartu profil kombinasi atribut dan taraf penelitian:

Tabel 3.3
Profil Kombinasi Atribut dan Taraf Penelitian

Card ID	Operasional	Pelayanan	Desain dan Interior	Fasilitas	Finansial
1	Staf wanita beroperasi di lantai khusus wanita, staf pria beroperasi di lantai khusus pria	Seluruh karyawan dan karyawati mengenakan pakaian sopan dan menutup aurat	Penanda/ Petunjuk arah kiblat	Tidak ada fasilitas hiburan malam	Hotel dibiayai melalui pengaturan keuangan Islam
2	Staf wanita beroperasi di lantai khusus wanita, staf pria beroperasi di lantai khusus pria	Pengaturan waktu penggunaan sarana kebugaran dibedakan untuk pria dan wanita	Tidak ada toilet yang menghadap kiblat	Fasilitas kesehatan yang terpisah antara pria dan wanita	Hotel membayar zakat
3	Mayoritas staf adalah muslim	Melakukan seleksi terhadap tamu yang berpasangan	Tidak ada toilet yang menghadap kiblat	Fasilitas kesehatan yang terpisah	Hotel dibiayai melalui pengaturan

Card ID	Operasional	Pelayanan	Desain dan Interior	Fasilitas	Finansial
				antara pria dan wanita	keuangan Islam
4	Tidak ada minuman beralkohol dan hanya menjual hidangan halal	Melakukan seleksi terhadap tamu yang berpasangan	Tidak ada toilet yang menghadap kiblat	Fasilitas kesehatan yang terpisah antara pria dan wanita	Hotel dibiayai melalui pengaturan keuangan Islam
5	Tidak ada minuman beralkohol dan hanya menjual hidangan halal	Pengaturan waktu penggunaan sarana kebugaran dibedakan untuk pria dan wanita	Penanda/Petunjuk arah kiblat	Fasilitas kesehatan yang terpisah antara pria dan wanita	Hotel dibiayai melalui pengaturan keuangan Islam
6	Tidak ada minuman beralkohol dan hanya menjual hidangan halal	Melakukan seleksi terhadap tamu yang berpasangan	Penanda/Petunjuk arah kiblat	Fasilitas kesehatan yang terpisah antara pria dan wanita	Hotel membayar zakat
7	Tidak ada minuman beralkohol dan hanya menjual hidangan halal	Seluruh karyawan dan karyawati mengenakan pakaian sopan dan menutup aurat	Tidak ada toilet yang menghadap kiblat	Tidak ada fasilitas hiburan malam	Hotel membayar zakat
8	Tidak ada minuman beralkohol dan hanya menjual hidangan halal	Pengaturan waktu penggunaan sarana kebugaran dibedakan untuk pria dan wanita	Dekorasi dan seni tidak boleh mengga mbarkan bentuk manusia dan hewan	Tidak ada fasilitas hiburan malam	Hotel dibiayai melalui pengaturan keuangan Islam
9	Staf wanita beroperasi di lantai khusus wanita, staf pria beroperasi	Melakukan seleksi terhadap tamu yang berpasangan	Dekorasi dan seni tidak boleh mengga mbarkan	Fasilitas kesehatan yang terpisah antara pria dan wanita	Hotel membayar zakat

Card ID	Operasional	Pelayanan	Desain dan Interior	Fasilitas	Finansial
	di lantai khusus pria		bentuk manusia dan hewan		
10	Staf wanita beroperasi di lantai khusus wanita, staf pria beroperasi di lantai khusus pria	Melakukan seleksi terhadap tamu yang berpasangan	Tidak ada toilet yang menghadap kiblat	Tidak ada fasilitas hiburan malam	Hotel dibiayai melalui pengaturan keuangan Islam
11	Tidak ada minuman beralkohol dan hanya menjual hidangan halal	Seluruh karyawan dan karyawati mengenakan pakaian sopan dan menutup aurat	Tidak ada toilet yang menghadap kiblat	Fasilitas kesehatan yang terpisah antara pria dan wanita	Hotel membayar zakat
12	Mayoritas staf adalah muslim	Pengaturan waktu penggunaan sarana kebugaran dibedakan untuk pria dan wanita	Tidak ada toilet yang menghadap kiblat	Tidak ada fasilitas hiburan malam	Hotel membayar zakat
13	Mayoritas staf adalah muslim	Seluruh karyawan dan karyawati mengenakan pakaian sopan dan menutup aurat	Dekorasi dan seni tidak boleh menggambar bentuk manusia dan hewan	Fasilitas kesehatan yang terpisah antara pria dan wanita	Hotel dibiayai melalui pengaturan keuangan Islam
14	Tidak ada minuman beralkohol dan hanya menjual hidangan halal	Melakukan seleksi terhadap tamu yang berpasangan	Tidak ada toilet yang menghadap kiblat	Tidak ada fasilitas hiburan malam	Hotel dibiayai melalui pengaturan keuangan Islam
15	Tidak ada minuman beralkohol dan	Melakukan seleksi terhadap	Dekorasi dan seni tidak	Tidak ada fasilitas	Hotel membayar zakat

Card ID	Operasional	Pelayanan	Desain dan Interior	Fasilitas	Finansial
	hanya menjual hidangan halal	tamu yang berpasangan	boleh mengga mbarkan bentuk manusia dan hewan	hiburan malam	
16	Mayoritas staf adalah muslim	Melakukan seleksi terhadap tamu yang berpasangan	Penanda/ Petunjuk arah kiblat	Tidak ada fasilitas hiburan malam	Hotel membayar zakat

Sumber: Hasil Pengolahan Data

3. Asumsi Analisis *Conjoint*

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis *conjoint* dengan menggunakan model traditional *full-profile conjoint* dengan metode presentasi *full-profile*, dan dari profil yang telah disediakan, konsumen harus memberikan rating (*metric rating*) dari masing-masing profil tersebut.

Sesuai dengan tujuan analisis ini yaitu untuk mengetahui preferensi konsumen dan memberikan suatu profil yang ideal. Maka di sini konsumen harus memberikan rating dari masing-masing profil yang ada dan dari data tersebut selanjutnya dapat ditentukan apa yang akan menjadi preferensi konsumen dilihat dari beberapa nilai dan utilitas yang muncul setelah dilakukan olah data menggunakan SPSS.

4. Estimasi Model *Conjoint*

Dalam penjelasan sebelumnya, dijelaskan bahwa penelitian ini menggunakan teknik *metric rating*, dimana responden harus memberikan rating dari satu sampai lima dalam setiap profil yang diberikan, dan skala yang digunakan adalah skala Likert. Data yang didapatkan merupakan data numerik yang selanjutnya di olah dengan bantuan SPSS. Selanjutnya angka korelasi Kendall dan Pearson dimanfaatkan guna menentukan keandalan profil serta mengukur *predictive accuracy*.

Untuk mengetahui nilai *utility*, menggunakan rumus dari (Best, 2012) sebagai berikut:

$$Y = \frac{X_{max} - X}{X_{max} - X_{min}}$$

Untuk mengetahui nilai *importance*, menggunakan rumus dari (Santoso, 2017, p. 285) sebagai berikut:

$$Importance = \frac{\text{range of part worth}}{\text{total range of part worth}} = 100\%$$

5. Interpretasi Hasil

Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi dari konsumen, oleh karena itu, dalam penelitian ini yang dilihat adalah angka dari *importance score* serta *part-worth*. Hasil terpenting adalah angka *part-worth*, menurut Hair et. al., (2018), *part-worth* merupakan estimasi Analisis *Conjoint* dari keseluruhan preferensi yang berkaitan dengan tingkat setiap atribut yang digunakan untuk menentukan produk. Angka *part-worth* digunakan untuk melihat preferensi, semakin besar angka *part-worth*

6. Validasi Hasil *Conjoint*

Setelah analisis *conjoint* selesai dilaksanakan dan terdapat hasil dari analisis tersebut, maka selanjutnya dapat dilakukan validasi serta pengaplikasian atas apa yang sudah diperoleh dari penelitian *conjoint* tersebut apabila diperlukan. Dalam penelitian ini, validasi dan pengaplikasian hasil analisis dapat digunakan oleh individu maupun kelompok yang memerlukan hasil penelitian untuk diaplikasikan maupun digunakan dalam penentuan strategi bisnis.

3.3.4.2 Menghitung *Customer value index*

Menurut Best (2012), *customer value index* dapat dihitung dengan menjumlahkan masing-masing nilai utilitas atribut indikator pada setiap kombinasi profil kartu. Perhitungan *customer value index* pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$CVI = \sum_{i=1}^n \text{Utility Value Attribute}$$

3.3.4.3 Signifikansi

Pengertian signifikan dalam statistik adalah benar-benar berbeda atau nyata. Sedangkan pada hasil SPSS kata “*Sig*” merupakan signifikansi atau “*p Value*” yang artinya adalah kemungkinan salah menolak H_0 . Contohnya : $Sig. = 0,02$ hal ini menampakkan bahwa kemungkinan salah untuk menolak H_0 adalah sebesar 2% atau 0.02 terlepas dari apapun pernyataan H_0 tersebut (Santoso, 2017).

Dalam pengujian ilmu statistik akan didapatkan hasil apakah suatu hipotesis signifikan atau tidak. **Signifikan merupakan** taraf keyakinan terhadap suatu hipotesis dalam sebuah penelitian, apakah hipotesis tersebut akan ditolak atau diterima. Jika hasil yang didapat dari pengujian sebuah hipotesis itu signifikan, maka artinya hipotesis tersebut meyakinkan dan berarti sehingga dapat diterima, berlaku, dan diambil kesimpulan yang sama pada populasi.