

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Desain Penelitian**

Metodologi yang diterapkan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur variabel melalui data numerik, yang selanjutnya dianalisis secara statistik untuk mengidentifikasi pola, hubungan, atau kecenderungan tertentu (Pilcher & Cortazzi, 2024). Dengan menggunakan metode ini, data yang diperoleh dapat dianalisis secara numerik, sehingga menghasilkan kesimpulan yang lebih objektif dan dapat digeneralisasi kepada populasi yang lebih luas.

Dengan menggunakan metodologi kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel independen, yakni kepedulian lingkungan, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap variabel dependen, yaitu perilaku pembelian konsumen, serta niat pembelian sebagai variabel mediasi. Proses penelitian kuantitatif terdiri dari pengumpulan data dari responden dalam konteks ini, Gen Z yang menjadi fokus studi mengenai kosmetik ramah lingkungan melalui penggunaan kuesioner. Setelah data terkumpul, dilakukan analisis untuk mengevaluasi pengaruh serta hubungan antara variabel-variabel yang sedang diteliti. Pendekatan ini juga memberikan kesempatan bagi peneliti untuk membuat prediksi berdasarkan data yang diperoleh dan menguji hipotesis dengan cara yang sistematis.

### **3.2 Obyek Penelitian**

Penelitian ini mengkaji perilaku pembelian konsumen Gen Z terhadap masker organik sebagai produk kosmetik yang ramah lingkungan. Fokus utama penelitian ini terletak pada tiga variabel penting: kepedulian lingkungan, norma subjektif, dan kontrol perilaku, serta bagaimana ketiga variabel tersebut memengaruhi perilaku pembelian melalui niat konsumen.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut Sugiyono (2018) dalam konteks penelitian, populasi merujuk pada kumpulan item atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang dipilih untuk dianalisis oleh peneliti; hal ini mencakup tidak

hanya manusia, tetapi juga benda dan fenomena alam, dengan tujuan menganalisis semua atributnya untuk mendapatkan kesimpulan. Sehingga pada penelitian saat ini, peneliti menggunakan kriteria populasi yaitu:

1. Berjenis kelamin laki – laki atau perempuan
2. Kelompok usia 12 – 27 tahun (generasi z)
3. Berdomisili di Tangerang Raya
4. Memiliki minat terhadap produk cosmetic yang ramah lingkungan
5. Pernah atau memiliki niat untuk membeli masker organic

Dalam penelitian yang berfokus pada perilaku pembelian produk hijau, pemilihan responden dari kelompok usia Generasi Z (Gen Z) memiliki dasar yang kuat. Gen Z, yang umumnya mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal memiliki perhatian yang lebih besar terhadap isu-isu lingkungan dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Mereka tumbuh dalam era digital dan memiliki akses yang luas terhadap informasi global, termasuk tentang perubahan iklim dan keberlanjutan, yang memengaruhi preferensi mereka terhadap produk-produk yang ramah lingkungan. Penelitian menunjukkan bahwa mereka cenderung mendukung merek dengan nilai-nilai keberlanjutan dan lebih responsif terhadap kampanye produk hijau, menjadikan mereka sasaran penting dalam memahami dinamika pasar produk ramah lingkungan.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Umar Sekaran dan Roger (2019) sampel merupakan sekumpulan elemen yang lebih kecil atau representatif yang diambil dari populasi untuk mempelajari karakteristik, perilaku, atau atribut spesifik dari keseluruhan populasi. Strategi pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probabilitas, yang berarti tidak ada metode acak yang diterapkan untuk memilih sampel, sehingga tidak ada anggota populasi yang memiliki peluang yang sama untuk terpilih (Sugiono.,2018). Teknik pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jenis *homogeneous sampling*, yang melibatkan pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan

peneliti mengenai kecocokan sampel untuk penelitian dan relevansinya dengan informasi yang diperlukan guna memastikan bahwa sampel yang diambil memiliki karakteristik serupa, seperti minat pada produk kosmetik ramah lingkungan dan kepedulian terhadap isu lingkungan, sehingga relevan dengan variabel yang diteliti.

Dalam penelitian ini, strategi dalam pengambilan sampel yang digunakan oleh penulis akan mengacu pada rumus yang telah dikembangkan oleh (Hair et al 2022), yang direkomendasikan untuk diterapkan dalam kondisi ketika ukuran populasi tidak diketahui. Rumus ini merekomendasikan penggunaan sampel sebanyak 5 hingga 10 kali lipat dari jumlah indikator variabel yang dianalisis, agar ukuran sampel yang diperoleh cukup untuk mencerminkan kompleksitas variabel yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan 15 indikator, sehingga rumus yang diterapkan untuk menghitung jumlah sampel sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Jumlah Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 10 \\ &= 160 \times 10 \\ &= 160\end{aligned}$$

Oleh karena itu, jumlah responden yang akan dilibatkan dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 160 orang.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2018) berbagai metode dapat dijadikan opsi seperti observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi, dapat diterapkan selama fase penting pengumpulan data dalam penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber aslinya melalui survei daring yang disebarakan menggunakan Google Form untuk keperluan analisis.

Kuesioner dipilih untuk penelitian ini karena merupakan metode yang efektif dalam mengumpulkan data, terutama ketika peneliti sudah memahami variabel yang dinilai dan dapat memprediksi kemungkinan respons dari peserta. Kuesioner tersebut mencakup sejumlah pertanyaan yang bertujuan untuk mengukur variabel-variabel yang relevan. Kuesioner akan disebarakan

kepada individu berusia antara 17 hingga 27 tahun yang telah membeli atau mempertimbangkan untuk membeli masker organik, baik secara daring maupun luring, demi mempermudah proses survei. Dengan pendekatan ini, diharapkan informasi yang diperoleh dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai perilaku pembelian masker organik di kalangan kelompok usia tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan kuesioner dengan tipe pertanyaan tertutup, karena metode ini mempermudah dalam mengukur tanggapan peserta dan mengurangi ketidakpastian dalam interpretasi jawaban. Tipe data nominal, ordinal, interval, dan rasio merupakan contoh dari pertanyaan tertutup, yang mengharuskan respon singkat atau pemilihan dari opsi yang tersedia. Pendekatan ini memudahkan responden dalam menjawab dan mempermudah peneliti dalam proses analisis data. Penggunaan kalimat positif dan negatif dirancang untuk mendorong tanggapan yang lebih serius dan menghindari jawaban yang bersifat mekanis. (Sugiyono.,2018).

Dengan pilihan respons yang disusun secara bertahap, peneliti menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pertanyaan yang diajukan. Pendekatan ini memungkinkan pengumpulan respons kuantitatif yang lebih sistematis dan mempermudah analisis variabel, sehingga memberikan hasil yang lebih terukur. Untuk mengukur sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial, *skala Likert* digunakan dengan menyusun item instrumen berupa pernyataan atau pertanyaan yang menyediakan pilihan jawaban dari sangat positif hingga sangat negatif. (Sugiono 2018 P.93). Salah satu teknik pengukuran yang paling umum digunakan dalam penelitian survei adalah *skala Likert*, yang sering diterapkan dalam penilaian psikometrik, terutama dalam survei kuesioner (Sanaky, 2021). Berikut ini merupakan tabel dari *Skala Likert*:

No	Jawaban	Keterangan	Skor
1	SS	Sangat Setuju	5
2	ST	Setuju	4
3	N	Netral	3
4	TS	Tidak Setuju	2

5	STS	Sangat Tidak Setuju	1
---	-----	---------------------	---

Tabel 3. 1 Skala Likert

Sumber : Sugiono P.94

### 3.5 Definisi Operasional

Menurut Sunarta (2023) variabel didefinisikan secara operasional sebagai deskripsi yang jelas mengenai ciri atau sifat yang dapat diamati, agar peneliti dapat melakukan pengamatan atau pengukuran dengan cermat terhadap objek atau peristiwa tertentu. Hal ini menjadikan variabel penelitian lebih jelas (tidak bisa ditafsirkan secara ambigu) dan terukur (dapat diamati atau diukur). Agar peneliti dapat memperoleh data yang akurat dan dapat diandalkan serta mengarahkan analisis untuk mencapai tujuan penelitian yang telah ditentukan, definisi operasional variabel berfungsi untuk mendefinisikan dan memfokuskan pengukuran dalam studi.. Dalam penelitian ini terdapat 4 (empat) variabel, diantaranya :

1. Variabel Independen X : Kesadaran Lingkungan (X1), Norma Subjek (X2) dan Kontrol Perilaku (X3)
2. Variabel Mediasi : Niat Pembelian (Z)
3. Variabel Dependen : Perilaku Pembelian Konsumen (Y)

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Sumber
X1 = Kesadaran Lingkungan ( <i>Environmental Concern</i> )	Kepedulian lingkungan mencakup kesadaran dan perhatian orang terhadap kondisi lingkungan dan dampak aktivitas manusia terhadapnya. Isu-isu seperti polusi, perubahan iklim, penurunan keanekaragaman hayati, dan keberlanjutan sumber daya alam termasuk	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Egoistic (kepedulian egoistik),</li> <li>2. Altruistic (kepedulian altruistic),</li> <li>3. Biospheric concerns (kepedulian biosferik)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepedulian terhadap lingkungan hidup,</li> <li>2. Berkomitmen untuk melindungi lingkungan,</li> <li>3. Khawatir pada keseimbangan ekosistem yang sangat sensitif</li> </ol>	(Rahmawati & Setyawati 2023)

	dalam kategori ini.		dan mudah rusak, 4. Memperhatikan kondisi lingkungan global saat ini.	
X2 = Norma Subjek ( <i>Subjektive Norm</i> )	Keyakinan normatif yang dipengaruhi oleh dukungan dan tekanan sosial yang mendorong seseorang untuk berperilaku tertentu dikenal sebagai norma subjektif.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Normative Belief</i> (<i>Keyakinan Normatif</i>),</li> <li>2. <i>Motivation to Comply</i> (<i>Motivasi untuk Patuh</i>).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat kecenderungan pembelian produk tertentu di antara kelompok sosial konsumen,</li> <li>2. Keyakinan dalam komunitas konsumen bahwa produk tertentu adalah pilihan terbaik semakin menguat.</li> <li>3. Lingkungan sosial konsumen cenderung memberikan apresiasi ketika mereka memiliki produk tertentu.</li> <li>4. Terdapat dukungan dari</li> </ol>	(Sahetapy, 2024)

			lingkungan sosial konsumen yang mendorong pembelian produk tertentu.	
X3 = Kontrol Perilaku ( <i>Perceived Behavioral Control</i> )	Persepsi individu tentang kemampuan mereka untuk berperilaku tertentu terdiri dari faktor-faktor eksternal seperti sumber daya dan peluang serta keyakinan diri sendiri.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Control belief</i> (Keyakinan Kontrol),</li> <li>2. <i>Perceived power of control</i> (Kekuatan Kontrol yang Dipersepsikan)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konsumen memiliki otoritas penuh dalam proses pengambilan keputusan,</li> <li>2. Konsumen memiliki anggaran yang memadai untuk memperoleh produk yang mereka inginkan,</li> <li>3. Konsumen memiliki waktu yang cukup untuk melakukan pembelian produk yang diinginkan.</li> </ol>	(Sahetapy, 2024)
Z = Niat Pembelian ( <i>Purchase Intention</i> )	Persepsi pembeli terhadap barang atau layanan yang ditawarkan oleh penjual	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemungkinan konsumen</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Transactional interest (Minat Transaksional) mengacu pada</li> </ol>	(Shanerika Salina & Sudaryanto, 2023)

	<p>menentukan niat pembelian.</p>	<p>melakukan pembelian,</p> <p>2. Keputusan untuk membeli produk,</p> <p>3. Keinginan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain</p>	<p>minat untuk melakukan pembelian segera,</p> <p>2. Referential interest (Minat Referensial) mencakup keinginan mencari referensi atau informasi sebelum membeli,</p> <p>3. Preferential interest (Minat Preferensial) kecenderungan menjaga preferensi terhadap merek atau produk tertentu,</p> <p>4. Exploratory interest (Minat Eksploratif) melibatkan minat untuk menjelajahi opsi yang berbeda sebelum membuat</p>	
--	-----------------------------------	---	---	--



			keputusan pembelian.	
Y = Perilaku Pembelian ( <i>Purchase Behavior</i> )	Perilaku pembelian menggambarkan cara orang, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan membuang gagasan, barang, atau pengalaman.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. perilaku inovatif,</li> <li>2. Mencari variasi,</li> <li>3. Respons kognitif terhadap iklan,</li> <li>4. Pencarian informasi sebelum membeli</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proses di mana konsumen menentukan pilihan (memilih),</li> <li>2. Melakukan transaksi (membeli),</li> <li>3. Mengaplikasikan produk dalam kehidupan sehari-hari (memakai), dan</li> <li>4. Memaksimalkan fungsi atau manfaatnya (memanfaatkan).</li> </ol>	(Putri et al., 2022)

Tabel 3. 2 Definisi Operasional  
Sumber: Penelitian

### 3.6 Metode Analisis Data

Metode Partial Least Square (PLS), yang dapat digunakan sebagai alternatif untuk Structural Equation Modeling (SEM), diterapkan dalam penelitian ini. Selain itu, SEM merupakan metode analisis multivariat yang menggabungkan regresi dan analisis factor (Nurhalizah et al., 2024). Metode statistik berbasis varians yang dikenal sebagai PLS SEM mengintegrasikan pendekatan struktural, analisis faktor, dan analisis jalur untuk menangani masalah regresi berganda. PLS SEM akan dievaluasi melalui *inner model* maupun *outer model* (Musyafii et al., 2022).

Dengan menggunakan berbagai variabel dan model struktural yang kompleks, tujuan penelitian ini adalah untuk menguji teori mengenai hubungan antar variabel. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk menggunakan PLS-SEM dalam analisisnya. Untuk mengevaluasi data, peneliti menggunakan perangkat lunak SmartPLS, yang dikenal karena kemudahannya dalam menerapkan metode PLS-SEM, terutama untuk jenis penelitian ini. Selain itu, penulis menerapkan kedua bentuk analisis, yaitu statistik deskriptif dan inferensial.

### **3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif**

Menurut Handayani (2023) analisis statistik deskriptif melakukan pengujian data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan informasi dalam bentuk aslinya, tanpa berusaha untuk membuat generalisasi atau menarik kesimpulan yang luas. Jenis analisis ini hanya mengumpulkan data dasar dan tidak mencari atau menerangkan hubungan atau pengaruh antara mereka. Jika peneliti hanya bermaksud menggambarkan data dari sampel dan tidak ingin menarik kesimpulan yang dapat diterapkan pada populasi, maka statistik deskriptif dapat diterapkan (Sugiono., 2018). Oleh karena itu, statistik deskriptif sangat tepat digunakan ketika tujuan penelitian hanya untuk menggambarkan karakteristik data sampel tanpa melakukan inferensi terhadap populasi yang lebih luas.

### **3.6.2 Analisis Statistik Inferensial**

Menurut Salafudin (2022) Statistik inferensial, atau induktif, adalah statistik yang menyediakan metode untuk menarik kesimpulan umum dari data sampel yang telah diolah, sehingga hasilnya dapat digeneralisasikan untuk menggambarkan populasi tempat sampel tersebut diambil. Jika sampel diambil dari populasi yang jelas dan diambil secara random, statistik ini akan cocok digunakan (Sugiono., 2018). Statistik inferensial terbagi menjadi dua kategori, yaitu statistik parametrik dan nonparametrik. Statistik nonparametrik menganalisis data ordinal atau nominal dari populasi yang tidak memiliki distribusi tertentu, sementara statistik parametrik mengkaji data interval atau rasio dari populasi yang memiliki distribusi normal (Salafudin et al., 2022). Dengan demikian, statistik

inferensial memungkinkan peneliti untuk membuat generalisasi dari sampel ke populasi dengan mempertimbangkan jenis data dan distribusi yang sesuai, sehingga keputusan yang diambil lebih akurat dan relevan.

### 3.6.2.1 Uji Measurement Model (outer model)

Pengajuan pada outer model memberikan nilai untuk analisis reabilitas dan validitas. Outer model juga menggambarkan hubungan kausal antara variabel laten endogen dan eksogen serta indikator atau ukuran yang terdapat dalam variabel yang ada (Musyafii et al., 2022). Menurut terdapat dua pengujian yang harus dilakukan pada outer model, yaitu :

#### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018) tingkat kesesuaian antara informasi yang disampaikan oleh peneliti dan data yang diperoleh dari objek studi dikenal sebagai validitas. Terdapat dua jenis validitas: validitas eksternal, yang menilai sejauh mana temuan penelitian dapat diterapkan atau diperluas ke populasi asal sampel, dan validitas internal, yang berkaitan dengan seberapa baik desain penelitian berhubungan dengan hasil yang dihasilkan. Oleh karena itu, apabila penelitian menggunakan sampel yang representatif, instrumen yang valid dan reliabel, serta metode pengumpulan dan analisis data yang tepat, maka validitas eksternal penelitian tersebut akan tinggi. Berikut ini merupakan bentuk pengujian validitas yaitu:

##### 1) *Convergent Validity*

*Convergent validity* mencerminkan seberapa kuat indikator pengukuran berhubungan dengan variabel yang diukur. Nilai *loading factor* pada variabel endogen dan eksogen dapat digunakan untuk menilai nilai ini; untuk model yang telah diteliti secara mendalam, nilai yang disarankan adalah di atas 0,7. Namun, nilai *loading faktor* sebesar 0,5 masih dianggap layak jika model penelitian tersebut tergolong baru atau merupakan studi pertama yang dilakukan (Musyafii et al., 2022).

##### 2) *Discriminant Validity*

*Cross loading factor* digunakan untuk mengevaluasi validitas diskriminan, sehingga memastikan bahwa setiap konstruk dalam penelitian memiliki kemampuan diskriminasi yang memadai. Jika nilai loading faktor pada konstruk yang dimaksud lebih tinggi dibandingkan dengan nilai loading pada konstruk lainnya, maka validitas diskriminan dapat dianggap telah tercapai (Musyafii et al., 2022).

### 3) *Average Variance Extracted (AVE)*

Validitas diskriminan setiap konstruk terhadap faktor endogen dan eksogen dievaluasi menggunakan nilai AVE (*Average Variance Extracted*). AVE menggambarkan seberapa baik indikator pada setiap variabel laten saling berkorelasi secara internal. Sebagai acuan, nilai AVE minimal yang diharapkan adalah 0,5 untuk menunjukkan validitas yang memadai (Musyafii et al., 2022).

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2018) Tingkat konsistensi dan stabilitas data disebut sebagai keandalan. Dalam perspektif positivistik (kuantitatif), data dianggap reliabel jika dua atau lebih peneliti yang mengerjakan topik yang sama menghasilkan hasil yang sebanding, jika peneliti yang sama memperoleh hasil yang serupa pada waktu yang berbeda, atau jika satu set data dibagi menjadi dua bagian dan tetap menghasilkan hasil yang konsisten dengan perbedaan yang minimal. Berikut ini bentuk uji reliabilitas yaitu:

### 1) *Composite Reliability*

*Composite reliability* digunakan untuk menentukan keandalan indikator yang mewakili suatu konstruk tertentu. Estimasi ini memberikan gambaran mengenai keandalan yang dihasilkan dari objek yang telah dibangun.. Data dapat dianggap memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi jika nilai keandalan komposit melebihi 0,08.(Musyafii et al., 2022).

### 2) *Cronbach Alpha*

*Cronbach's alpha* juga digunakan untuk menilai reliabilitas sebuah konstruk dengan mengukur konsistensi internal dari indikator-indikatornya. Umumnya, nilai *Cronbach's alpha* minimal yang dianggap memadai adalah 0,7, meskipun demikian, terdapat pandangan bahwa setiap konstruk dalam penelitian seharusnya memiliki nilai minimum sebesar 0,6. Penentuan nilai ini akan bergantung pada kompleksitas dan konteks penelitian yang dilaksanakan. (Musyafii et al., 2022).

### 3.6.2.2 Uji Structural Model (*inner model*)

Menurut Musyafii (2022) untuk menguji hipotesis dan mencapai tujuan penelitian menggunakan teknik tertentu, pengujian model struktural, yang juga dikenal sebagai pengujian model dalam, berusaha menilai hubungan antara faktor endogen dan eksogen dalam suatu penelitian. Berikut ini metode-metode yang digunakan untuk mengujian *inner model* yaitu :

#### 1) *R-square*

Nilai ini merupakan koefisien determinasi pada struktur endogen, di mana nilai kuadrat R menjelaskan variasi dari variabel eksogen terhadap variabel endogen. Menurut Ghazali (2016), nilai ( $R^2$ ) dikategorikan menjadi sangat kuat ( $\geq 0,75$ ), moderat (0,50-0,74), dan lemah (0,25-0,49).

#### 2) Uji GoF

Menurut (Narimawati et al., 2022) kesesuaian model empiris terhadap data observasional dievaluasi dengan menggunakan indeks kesesuaian model (yang juga dikenal sebagai Goodness of Fit atau GOF) dalam SEM. Kriteria pada indeks ini berfungsi untuk menentukan apakah model tersebut dapat diterima. Nilai *R-square* digunakan untuk menentukan nilai indeks GOF. Dengan skala nilai yang berkisar antara 0 hingga 1, GOF memperlihatkan gambaran yang jelas untuk mengevaluasi daya prediksi keseluruhan dari model tersebut, serta dimaksudkan untuk menilai baik model pengukuran

(model luar) maupun model struktural (model dalam). Nilai communality yang disarankan adalah 0,50, di mana 0,10 dianggap rendah dan 0,36 dianggap tinggi. (Augi et al., 2020). Oleh karena itu, nilai GOF menyediakan ukuran penting untuk kesesuaian keseluruhan model, memungkinkan peneliti untuk menilai kualitas model dan akurasi prediksi berdasarkan data observasional yang digunakan.

### **3.7 Pengujian Hipotesis**

Menurut Sugiyono (2018) sebuah estimasi dugaan awal yang muncul sebagai tanggapan terhadap suatu permasalahan penelitian disebut sebagai hipotesis. Data sampel digunakan untuk menilai validitas pada hipotesis yang telah dibuat oleh penulis. Hipotesis alternatif diterima jika hasil uji menunjukkan bahwa data tersebut membantah hipotesis nol, yang juga dikenal sebagai hipotesis dasar. Pada konteks ini, data sampel berfungsi untuk mengevaluasi kebenaran hipotesis tersebut. Penerimaan hipotesis alternatif dilakukan apabila hasil pengujian menunjukkan bahwa data berhasil menolak hipotesis nol. Keputusan ini diambil berdasarkan nilai probabilitas serta nilai t-statistik yang diperoleh. Apabila nilai t-statistik melebihi 1,96 atau nilai probabilitas kurang dari 0,05, maka hipotesis nol akan ditolak. Selanjutnya, hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima apabila nilai probabilitas ( $p$ ) berada di bawah 0,05 (Tabalong, 2022). Dengan demikian, pengujian hipotesis yang dilakukan melalui analisis nilai t-statistik dan probabilitas menyediakan landasan yang kokoh untuk menarik kesimpulan mengenai kondisi populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel.