

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian**

##### **3.1.1 Tempat Penelitian**

Penelitian mengenai motivasi kewirausahaan akan dilakukan di Pasar Sunan Giri. Pasar Sunan Giri beralamat di Jalan Sunan Giri Raya, Pulo Gadung, Jakarta Timur. Telepon 021-4897484. Pasar ini merupakan jenis pasar yang tergolong ke dalam Pasar tradisional. Pasar Sunan Giri sudah berdiri sejak tahun 1980-an dan dikelola oleh PD Pasar Jaya.

Pasar Sunan Giri merupakan pasar yang menjadi sentra jasa jahit di wilayah Jakarta Timur. Di Pasar ini terdapat para penjahit yang melayani pembuatan berbagai busana dengan model apa pun seperti yang diinginkan oleh pelanggan. Para penjahit juga dapat melayani jenis jahitan pakaian, mulai dari baju atau busana muslim, kebaya, gaun pengantin atau jas.

##### **3.1.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah para pengusaha jasa jahit yang memiliki kios usaha yang bertempat di Pasar Sunan Giri.

### 3.1.3 Waktu Penelitian

Peneliti telah terlebih dahulu melakukan wawancara serta observasi pra riset pada bulan Januari 2012 untuk melihat gambaran jumlah dari pengusaha jasa jahit yang memiliki kios di Pasar Sunan Giri, serta untuk mengetahui gambaran perbandingan dari jumlah pengusaha jahit berdasarkan gender serta latar belakang profesi orang tua. Kemudian, dimulai pada bulan Maret 2012, peneliti akan melaksanakan penelitian lanjutan.

### 3.1.4 Batasan Penelitian

Batas-batas pada penelitian ini adalah :

1. Responden yang dipilih adalah hanya pemilik kios jahit di Pasar Sunan Giri, Rawamangun.
2. Kriteria latar belakang orang tua pengusaha adalah jika salah satu dari Ibu atau Bapak memiliki usaha sendiri, dengan jenis usaha apapun.

## 3.2 Metode Penelitian

Menurut sifatnya, penelitian ini menggunakan data yang bersifat kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk angka (Supranto, 2000: 10). Sedangkan menurut waktu pengumpulannya, data dalam penelitian ini menggunakan *data cross section*. *Data cross section* adalah data yang dikumpulkan dalam suatu periode tertentu, biasanya

menggambarkan keadaan atau kegiatan dalam periode tersebut (Supranto, 2000: 10).

Penelitian ini merupakan bentuk penelitian deskriptif dan komparatif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa mendatang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, factual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. (Nazir, 2009 : 54). Sedangkan metode komparatif merupakan penelitian yang tidak terdapat kontrol terhadap variabel bebas, dan tidak dapat melihat ada tidaknya hubungan kausal antarvariabel. Peneliti tidak dapat mengenal, yang mana variabel bebas dan variabel independen (Nazir, 2009 : 60).

### **3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian**

#### **3.3.1 Variabel 1 (X<sub>1</sub>)**

Variabel 1 (X<sub>1</sub>) dalam penelitian ini adalah kebutuhan akan prestasi (*Need for Achievement*). Kebutuhan akan prestasi merupakan keinginan untuk melakukan sesuatu dengan lebih baik atau lebih efisien, memecahkan masalah atau mengutamakan tugas-tugas yang kompleks.

Dalam hal ini, kebutuhan akan prestasi dapat diukur melalui empat indikator menurut Morgan, et.al dalam Samuel (2003 :141) dengan menggunakan skala interval. Adapun indikator-indikator tersebut adalah:

1. Tantangan
2. Prestasi atau unggul
3. Kepuasan
4. *Feedback*

### **3.3.2 Variabel 2 (X2)**

Variabel 2 (X2) dalam penelitian ini adalah kebutuhan akan kekuasaan (*Need for Power*). Kebutuhan akan kekuasaan merupakan keinginan untuk mengendalikan orang lain, mempengaruhi mereka atau bertanggung jawab pada mereka.

Menurut Morgan,et.al dalam Samuel (2003 :141) ada empat indikator yang disimpulkan dari *Power needs*. Adapun indikator-indikator tersebut adalah :

1. *Prestige*
2. Kompetitif
3. Tuntutan
4. *Influence to other people*

### **3.3.3 Variabel 3 (X3)**

Variabel 3 (X3) dalam penelitian ini adalah kebutuhan akan afiliasi (*Need for Affiliation*). Kebutuhan berafiliasi (*Need for Affiliation*)

adalah keinginan untuk membentuk dan mempertahankan hubungan yang hangat dan bersahabat dengan orang lain.

Ada dua indikator yang disimpulkan dari *affiliation needs* menurut Morgan, et.al dalam Samuel (2003 :141) antara lain:

1. *Social interaction*
2. *Social Activities*

#### **3.3.4 Variabel 4 (X4)**

Variabel 4 (X4) dalam penelitian ini adalah *gender*. *Gender* berarti perbedaan yang bukan biologis dan bukan kodrat Tuhan. Perbedaan biologis yakni perbedaan jenis kelamin (*sex*) adalah kodrat Tuhan dan oleh karenanya secara permanen berbeda. Sedangkan *gender* adalah perbedaan perilaku (*behavioral differences*) antara pria dan wanita yang dikonstruksi secara sosial, yakni perbedaan yang bukan kodrat atau bukan ketentuan Tuhan melainkan diciptakan oleh manusia (pria dan wanita) melalui proses sosial dan kultural yang panjang (Fakih, 2001:71-72).

Adapun indikator dalam yang dapat dibedakan dalam variabel *gender*, antara lain :

1. Pria
2. Wanita

### 3.3.5 Variabel 5 (X5)

Variabel 5 (X5) dalam penelitian ini adalah latar belakang profesi orang tua. Latar belakang orangtua yang berprofesi sebagai pengusaha dan yang bukan pengusaha seringkali dikaitkan menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan keinginan seseorang untuk berwirausaha. Lebih lanjut, Staw dalam Sukmana (2008:4) juga mengemukakan bahwa ada bukti kuat bahwa wirausaha memiliki orang tua yang bekerja mandiri atau berbasis sebagai wirausaha. Kemandirian dan fleksibilitas yang ditularkan oleh orangtua seperti itu melekat dalam diri anak-anaknya sejak kecil.

Adapun indikator dalam variabel latar belakang profesi orangtua dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :

1. Memiliki usaha sendiri
2. Tidak memiliki usaha sendiri

**Tabel 3.1**  
**Operasionalisasi Variabel**

Konsep Variabel		Indikator	Skala	Nomor
<i>Need for Achievement</i> (X1)	Motif berprestasi adalah dorongan yang ada pada diri individu untuk mencapai kesuksesan, yang melebihi prestasinya di masa lalu dan juga melebihi prestasi orang lain. (Mc Clelland dalam As'ad, 2002: 149).	1) Menyukai tantangan	Interval	1,2
		2) Berorientasi pada prestasi untuk unggul	7 poin	3,4
		3) Mengutamakan kepuasan kerja		5,6
		4) Selalu memerlukan <i>feedback</i> dalam pekerjaan mereka.		7,8

<i>Need for Power</i> ( X2 )	Menurut Mc Clelland untuk wirausahawan, selain mempunyai motif untuk berprestasi yang tinggi, pada mereka juga mempunyai motif berkuasa. Untuk motif berkuasa merupakan motif untuk menguasai dan mempengaruhi orang lain (As'ad, 2002: 150).	d) Berorientasi pada status serta peduli akan <i>prestige</i> (gengsi) e) Memiliki jiwa kompetitif f) Menyenangi tuntutan g) Senang mempengaruhi orang lain	Interval 7 poin	9,10  11,12,13  14,15 16
<i>Need for Affiliation</i> ( X3 )	Motif afiliasi merupakan kebutuhan akan kehangatan dan dukungan dalam hubungan dengan orang lain. (Mc Clelland dalam As'ad, 2002: 150)	1) Senang berinteraksi dengan orang lain 2) Senang terlibat dalam aktivitas sosial	Interval 7 poin	17,18 19,20
Gender (X4)	<i>Gender</i> adalah perbedaan perilaku ( <i>behavioral differences</i> ) antara pria dan wanita yang dikonstruksi secara sosial, yakni perbedaan yang bukan kodrat atau bukan ketentuan Tuhan melainkan diciptakan oleh manusia (pria dan wanita) melalui proses sosial dan kultural yang panjang (Fakih, 2001:71-72).	1) Pria 2) Wanita	Nominal	
Latar Belakang Profesi OrangTua ( X5 )	Wirausaha yang berhasil adalah mereka yang dibesarkan oleh orangtua yang juga wirausaha, karena mereka memiliki	1) Memiliki usaha sendiri 2) Tidak memiliki usaha sendiri	Nominal	

	pengalaman yang luas dalam usaha. (Benedicta, 2003:18 dalam Sukmana, 2008:4).			
--	---	--	--	--

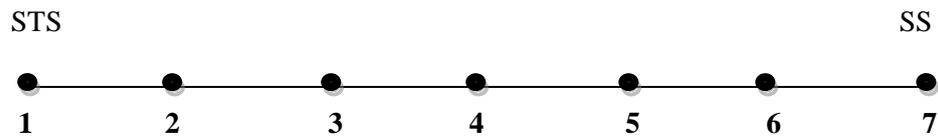
Sumber : Data diolah oleh Peneliti

### 3.3.6 Skala Penelitian

Jenis skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala interval. Skala interval digunakan ketika tanggapan dari berbagai *item* pertanyaan yang mengukur variabel dapat dinyatakan menjadi skala lima poin (atau tujuh poin, ataupun beberapa nomor lain) yang kemudian dapat dijumlahkan antar *itemnya* (Sekaran, 2002:191).

Teknik pembuatan skala yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan skala penilaian (*rating scale*). *Rating scale* memiliki berbagai kategori tanggapan dan digunakan untuk mendapatkan tanggapan yang berkaitan dengan objek, kejadian, ataupun individu (Sekaran, 2002 : 196).

Jenis *rating scale* yang digunakan pada penelitian merupakan *numeric scale*. Skala numerik dapat digunakan dengan menggunakan skala lima poin ataupun skala tujuh poin. Teknik ini merupakan bentuk dari skala interval.



**Gambar 3.1**  
**Skala Interval 7- poin**

Sumber : Sekaran (2002 : 246)

Keterangan gambar :

STS = Sangat Tidak Setuju

SS = Sangat Setuju

### **3.4 Metode Penentuan Populasi dan Sampel**

#### **3.4.1 Populasi**

Populasi merupakan kumpulan dari seluruh elemen sejenis, tetapi dapat dibedakan satu sama lain. Perbedaan-perbedaan itu disebabkan karena adanya nilai karakteristik yang berlainan. (Supranto, 2000: 21). Selain itu, populasi juga didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiono, 2008:115).

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah semua pengusaha yang memiliki kios jahit di Pasar Sunan Giri. Jumlah populasi pengusaha jahit yang ada di Pasar Sunan Giri berdasarkan penghitungan yang telah dilakukan dalam pra riset, yaitu berjumlah 84 orang, yang terdiri dari 63 pria dan 21 wanita, dimana 25 yang memiliki

latar belakang pengusaha, dan 59 yang tidak memiliki latar belakang orangtua pengusaha.

### 3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2008:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dengan kata lain, sampel juga dapat diartikan sebagai sebagian dari populasi (Supranto, 2000: 22). Dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti menggunakan *sampling* dalam meneliti mengenai motivasi kewirausahaan pengusaha jasa jahit di Pasar Sunan Giri. *Sampling* merupakan cara pengumpulan data dimana yang diselidiki adalah elemen sampel dari suatu populasi (Supranto, 2000: 22).

Metode *sampling* yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode *proportional stratified random sampling*. *Proportional stratified random sampling* merupakan bagian dari teknik *probability sampling*. Cara pengambilan sampel melalui metode ini baik untuk digunakan apabila populasi yang digunakan bersifat heterogen, sehingga dapat digunakan untuk memperoleh sampel yang representatif. Jika populasi heterogen, biasanya akan lebih baik dibuat menjadi beberapa strata. Dari setiap strata, diambil secara acak anggota-anggota yang diperlukan, atau dikatakan secara lain, hingga dilakukan pengacakan disetiap strata (Sudjana, 2005 : 173).

Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

**n** = Ukuran sampel

**N** = Ukuran Populasi

**e** = 5% kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditoleransi.

Maka besarnya sampel adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{84}{1 + 84 (0.05)^2} \\ &= 69.42 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan dengan metode slovin maka penelitian ini menggunakan 69 orang sebagai sampel penelitian.

Kemudian selanjutnya, dari hasil sampel sebesar 69, maka kita melakukan pengelompokan strata menggunakan metode *proportional stratified random sampling* yang dibedakan berdasarkan gender, serta latar belakang profesi orang tua, sehingga didapatkan jumlah sampel yang representatif.

#### 1. Gender

- Pria

$$52/84 \times 69 = 43 \text{ orang}$$

- Wanita

$$32/84 \times 69 = 26 \text{ orang}$$

2. Latar Belakang Profesi Orangtua
  - Latar Belakang Pengusaha  
 $49/84 \times 69 = 40$  orang
  - Latar Belakang Non-Pengusaha  
 $35/84 \times 69 = 29$  orang
3. Latar Belakang Profesi Orangtua – Gender
  - Gender Pria = 43 orang
    - Pria - Pengusaha  
 $40/69 \times 43 = 25$  orang
    - Pria – Non Pengusaha  
 $29/69 \times 43 = 18$  orang
  - Gender Wanita = 26 orang
    - Wanita – Pengusaha  
 $40/69 \times 26 = 15$  orang
    - Wanita – Non Pengusaha  
 $29/69 \times 26 = 11$  orang

### 3.5 Prosedur Pengumpulan Data

#### 3.5.1 Data Primer

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data primer serta data sekunder sebagai sumber data. Data primer merupakan data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya (Supranto, 2000 : 10).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan pertanyaan secara langsung kepada responden berkaitan dengan kepentingan yang akan kita angkat. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur. Pada wawancara tidak terstruktur, peneliti tidak mengatur jalannya wawancara dengan membuat pertanyaan secara sistematis, melainkan peneliti secara spontanitas menanyakan pertanyaan kepada responden.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap objek penelitian, maupun tempat penelitian, tanpa mengajukan suatu pertanyaan. Berbagai hasil pengamatan dapat dicatat untuk dijadikan data dalam penelitian.

3. Kuesioner

Kuesioner disebut juga sebagai daftar isian. Kuesioner adalah satu set pertanyaan yang tersusun secara sistematis dan standar sehingga pertanyaan yang sama dapat diajukan terhadap setiap responden (Supranto, 2000: 23). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup membatasi jawaban responden dengan keharusan memilih

diantara jawaban-jawaban yang sudah tercantum dalam kuesioner (Supranto, 2000: 24).

### **3.5.2 Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk jadi, dan telah diolah oleh pihak lain, yang biasanya dalam bentuk publikasi (Supranto, 2000: 10). Data sekunder yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini didapatkan melalui pengambilan data secara langsung ke Badan Pusat Statistik sebagai sumber informasi mengenai keberadaan sektor formal maupun informal di Indonesia. Selain itu, pengambilan data juga diambil melalui buku sebagai pencarian referensi teori dalam penelitian ini, serta menggunakan jaringan situs internet yang digunakan dalam pencarian sumber-sumber jurnal yang diperlukan untuk mendukung penelitian ini.

## **3.6 Metode Analisis**

Metode analisis data digunakan untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan perangkat lunak SPSS yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian.

### 3.6.1. Uji Instrumen

#### 3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian ini dilakukan dengan cara melakukan uji coba terlebih dahulu kepada 30 orang responden. Kuesioner disebar kepada responden yang memiliki kios jahit di Pasar Tebet.

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05 dengan rumus:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi variabel bebas dan variabel terikat

n = Banyaknya sampel

X = Skor tiap item

Y = Skor total variabel

Jika nilai signifikansi (P-Value) > 0,05 maka tidak terjadi hubungan yang signifikan. Sedangkan apabila nilai signifikansi (P-Value) < 0,05 maka terjadi hubungan yang signifikan. Uji validitas akan

dilakukan kepada 30 responden dalam populasi yang nantinya akan dipisahkan dari sampel.

### 3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur tingkat kehandalan suatu kuesioner yang menggambarkan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan 0,8 adalah baik. Pada penelitian ini perhitungan reliabilitas menggunakan rumus alpha sebagai berikut:

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

Dimana:

$$\sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{\sum x^2}{N}}{N}$$

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen       $\sigma b^2$  = jumlah varians butir

$k$  = banyaknya butir pertanyaan       $\sigma^2$  = jumlah varians total

### 3.6.2 Uji Asumsi

#### Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui

distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal.

Penghitungan uji ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 5%. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0.05. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

Ho: Data variabel yang dianalisis terdistribusi secara normal

Ha: Data variabel yang dianalisis tidak terdistribusi secara normal.

### 3.6.3. Uji Hipotesis

#### **Uji Beda Dua Rata-Rata : Sample Independen (*z - test*)**

Uji hipotesis pada penelitian ini akan menggunakan *compare means of two populations : independent sample*. Metode uji beda rata-rata digunakan untuk melihat dan membandingkan nilai rata-rata dari kelompok interval yang berbeda dalam suatu sampel. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis uji beda dua rata-rata. Uji beda dua rata-rata dikenal juga dengan nama uji-t (*t-test*) ataupun uji z (*z-test*). Konsep dari uji beda dua rata-rata digunakan untuk membandingkan dua kelompok mean dari sampel pada suatu populasi. Prinsipnya adalah ingin mengetahui apakah ada perbedaan mean dalam populasi dengan membandingkan dua mean sampelnya.

Berdasarkan Anderson, Sweeney, dan Williams (2002 : 391) uji hipotesis mengenai rata-rata dari dua populasi dapat dibagi menjadi dua, yaitu sampel besar ( $n_1 \geq 30, n_2 \geq 30$ ) dan sampel kecil ( $n_1 < 30$  atau  $n_2 < 30$ ) penelitian. Apabila jumlah sampel yang kita gunakan pada penelitian merupakan sampel kecil, maka kita bisa menggunakan uji t. Namun apabila sampel merupakan sampel besar, maka kita bisa menggunakan uji z.

Sampel yang dipakai pada penelitian ini berjumlah 69 responden. Oleh karena jumlah kedua sampel yang termasuk ke dalam sampel besar, maka uji hipotesis pada penelitian menggunakan *z-test*.

### 3.6.3.1 Penulisan Hipotesis

Penulisan hipotesis null dan hipotesis alternatif pada penelitian uji beda ini dituliskan sebagai berikut :

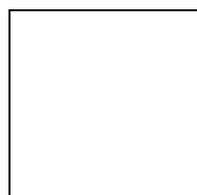
$$H_0 : \mu_1 - \mu_2 = 0$$

$$H_a : \mu_1 - \mu_2 \neq 0$$

Jika  $H_0$  diterima, maka rata-rata dari kedua populasi adalah sama. Sebaliknya, jika  $H_a$  diterima, maka rata-rata dari kedua populasi adalah berbeda.

### 3.6.3.2 Tes Statistik

Apabila populasi diasumsikan memiliki distribusi normal, maka test statistic dapat dituliskan sebagai berikut :



Jika  $\sigma_1^2$  dan  $\sigma_2^2$  tidak diketahui  $\rightarrow$  gunakan  $s_1^2$  dan  $s_2^2$

Keterangan :

$z$  = nilai  $z$  hitung

$\bar{X}_1$  = Rata-rata sampel pertama

$\bar{X}_2$  = Rata-rata sampel kedua

$\sigma_1^2$  = Varians populasi

$s_1^2$  = Varians sampel

$n_1$  = jumlah sampel pertama

$n_2$  = jumlah sampel kedua

### 3.6.3.3 *Rejection Rule*

#### a) *Menggunakan p-value*

Dalam melakukan pengujian hipotesis mengenai perbedaan rata-rata dari dua populasi, penggunaan  $p$ -value juga dapat dilakukan untuk menguji hipotesis (Anderson, Sweeney dan Williams, 2002:394).

Dengan menggunakan  $p$ -value, maka pedoman hipotesis untuk menerima atau menolak jika menggunakan hipotesis nol ( $H_0$ ), yaitu:

1. Tolak  $H_0$  apabila  $p\text{-value} < \alpha$ .
2. Terima  $H_0$  apabila  $p\text{-value} > \alpha$ .

Sedangkan pedoman hipotesis untuk menerima atau menolak jika menggunakan hipotesis alternatif ( $H_a$ ), yaitu :

1. Terima  $H_a$  apabila  $p\text{-value} < \alpha$ .
2. Tolak  $H_a$  apabila  $p\text{-value} > \alpha$ .

**b) Menggunakan tes statistik**

Dengan menggunakan tes statistik, maka pedoman hipotesis untuk menolak jika menggunakan hipotesis nol ( $H_0$ ), yaitu:

1. Tolak  $H_0$  apabila  $z > z_{\alpha/2}$
2. Tolak  $H_0$  apabila  $z < -z_{\alpha/2}$