

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam melakukan *research* diperlukan sebuah riset, yang dimana peneliti diharuskan menetapkan metode apa yang akan digunakan, hal ini dimaksudkan agar penelitian dapat menemukan sebuah kesimpulan sebagai penyelesaian. Jenis penelitian ini yaitu Kuantitatif, maksudnya suatu proses penelitian dengan memakai angka sebagai alat guna perihal yang ingin penulis analisis (Millena & Jesi, 2021:1007). Metodologi merupakan riset tentang metode penelitian. Sementara itu metode merupakan prosedur ataupun cara- cara melakukan penelitian tersebut. Metodologi merupakan ilmu serta metode merupakan sebutan teknis di dalam metodologi (Zaluchu, 2021:251).

3.2 Sifat Penelitian

Research ini bersifat replikasi dan pengembangan, yakni sebuah penelitiannya yang memiliki kemiripan pada penelitian terdahulu akan tetapi memiliki perbedaan pada objek, variabel, serta periode waktunya. Penelitian ini memiliki perbedaan pada objek penelitian dan periode waktu saat melakukan penelitian.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang memiliki judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Promosi Terhadap Minat Beli Kosumen Bukalapak di Kota Batam” dilakukan di Kota Batam. Lokasi yang dipilih ialah lokasi yang mudah dijangkau oleh peneliti, yang diharapkan penelitian ini dapat berjalan lancar karena subjek dapat di pantau. Peneliti berusaha mencari narasumber yang sesuai kriteria dengan lokasi yang berbeda-beda agar penelitian ini lebih valid dan tidak hanya pada satu bagian, melihat kota Batam yang cukup luas.

3.3.2 Periode Penelitian

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

| No | Aktivitas | Waktu Pelaksanaan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|--------------------------------------|-------------------|---|---|---|-------|---|---|---|-----|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|---|---|
| | | Maret | | | | April | | | | Mei | | | | Juni | | | | Juli | | | | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | | |
| 1. | Identifikasi | | | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2. | Studi Pustaka | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | | | | |
| 3. | Metodelogi Penelitian | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | | | | | | | | | |
| 4. | Pembuatan dan Sebar Kuisisioner | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | | | |
| 5. | Pengolahan Data | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | | | | |
| 6. | Kesimpulan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 7. | Penyelesaian Skripsi & Upload Jurnal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ■ | ■ | ■ |

Sumber: Peneliti, 2023

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi ialah keseluruhan tiap elemen yang ingin diteliti dengan ciri yang sama, dapat berupa individu yang berasal dari suatu kelompok, peristiwa ataupun segala sesuatu dengan kualitas serta karakteristik khusus yang akan diteliti (Irawan, 2020:146). Populasi dalam penelitian yaitu konsumen yang aktif berbelanja atau pernah bertransaksi belanja pada aplikasi Bukalapak. Dikarenakan jumlahnya sangat banyak hingga tidak bisa dihitung jumlahnya maka penelitian ini memilih teknik *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling* sebagai teknik pengambilan sampel.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Rumus Lemeshow sebagai perhitungan sampel bisa menghitung jumlah dari sampel dengan banyaknya populasi yang jumlahnya tak dapat diketahui dengan pastinya (Riyanto dan Herman, 2020: 13-14).

$$n = \frac{Z^2 P (1-P)}{d^2}$$

Rumus 3. 1 Rumus Lameshow

Sumber: (Zaluchu, 2021)

Keterangan:

n: Jumlah minimal sampel yang dibutuhkan

Z: skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P: maksimal estimasi = 0,5

d: tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus, maka:

$$n = \frac{Z^2 P (1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,962 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,12}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Dari hasil hitung diatas dapat diperoleh total untuk dijadikan sampel minimal yang diperlukan pada penelitian yaitu 96 dan di bulatkan menjadi 100 responden.

3.4.3 Teknik Sampling

Teknik Probability Sampling digunakan dalam penelitian ini dengan jenis *simple random sampling* yang memiliki maksud himpunan dari populasi statistik yang dimana tiap anggota himpunan mempunyai probabilitas yang serupa untuk dipilih (Dzikron & Purnamasari, 2021:48). Ciri-ciri atau kriteria yang ditentukan peneliti dan dimiliki responden sebagai berikut : (1) Sudah mengunduh dan menginstal Aplikasi Bukalapak, (2) Telah melakukan transaksi pembelian melalui aplikasi Bukalapak minimal satu kali.

3.5 Sumber Data

Sumber data pada *research* ini berdasar dari jurnal-jurnal yang berkaitan dengan judul (Sasmita, 2020:100) sumber data lainnya juga didapat dari responden, yang dimana responden merespon atau menjawab sejumlah pertanyaan atau

pernyataan dari peneliti. Yang dikatakan responden dalam penelitian ini ialah konsumen yang pernah berbelanja pada aplikasi Bukalapak.

3.6 Metode Pengumpulan Data

3.6.1 Teknik Pengumpulan data

Ada beberapa metode pengumpulan data dalam penelitian yaitu metode wawancara, observasi, dan dokumentasi dan lain-lain (Makbul, 2021:10).

1. Wawancara

Wawancara merupakan suatu interaksi antara pewawancara dengan si sumber informasi secara tatap muka/langsung.

2. Observasi

Observasi atau yang biasa dikenal sebagai pengamatan merupakan serangkaian panca indera (mata, telinga, hidung, kulit dan mulut) manusia yang membantu untuk memperoleh suatu informasi bagi peneliti.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah cara pengumpulan data yang dimana data tersebut dapat diperoleh dari catatan, buku, surat kabar (koran), foto-foto kegiatan dan lain-lain.

4. Kuisisioner

Kuisisioner yakni alat yang bertujuan guna mengumpulkan data pada penelitian dengan menggunakan beberapa pertanyaan lalu menyebarkannya ke responden.

Metode yang dipilih pada penelitian ini ialah pengambilan data menggunakan kuisisioner, karena untuk menghemat waktu penelitian serta dapat menjangkau informasi secara luas dan tepat waktu. Kuisisioner pada penelitian ini terdiri dari 23 item pertanyaan yang dirinci seperti kualitas produk, kepercayaan, promosi dan minat beli pada Bukalapak. Skala *likert* ialah skala yang sengaja dibuat guna mencari tahu serta menilai seberapa jauh sikap setuju atau tidak dari responden dengan beberapa pertanyaan yang diajukan (Martadala et al., 2021:49). Indikator variabel berasal dari variabel yang diukur dan dijabarkan dengan skala *likert*. Dengan adanya indikator variabel maka dijadikan titik tolak untuk pertanyaan maupun pernyataan.

Tabel 3. 2 Skala *Likert*

| Keterangan Jawaban | Kode | Nilai/Skor |
|---------------------------|-------------|-------------------|
| Sangat Setuju | SS | 5 |
| Setuju | S | 4 |
| Netral | N | 3 |
| Tidak Setuju | TS | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | STS | 1 |

Sumber: (Sugiyono, 2018)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel yaitu hal penting untuk ditentukan secara tepat didalam kegiatan penelitian. Variabel dapat didefinisikan sebagai faktor dari peristiwa yang terjadi pada suatu objek penelitian. Variabel juga merupakan nilai yang dapat diukur serta diamati dengan nilai bervariasi antara objek satu dengan yang lain (Purwanto, 2019:344).

3.7.1 Variabel Bebas (*Independen*)

Suatu keadaan yang jika timbul akan berdampak menimbulkan atau merubah suatu keadaan yang lain. Variabel bebas pada umumnya di beri lambang dengan X, variabel bebas biasanya timbul terlebih dahulu baru diikuti dengan variabel lain (Purwanto, 2019:346).

3.7.1.1 Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk merupakan faktor yang menggambarkan suatu produk mempunyai value atau tidak dalam pandangan oranglain dan merupakan ekspektasi konsumen yang harus dipenuhi (Rosiana et al. 2021:685)

3.7.1.2 Kepercayaan (X2)

Kepercayaan (*trust*) ialah hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen untuk melaksanakan pembelian, terlebih disaat seseorang melakukan transaksi online dengan adanya resiko (Permana, 2020:100).

3.7.1.3 Promosi (X3)

Promosi merupakan alat komunikasi dari penjual ke pembeli dengan cara memperluas/menyebarkan suatu informasi produk guna mempengaruhi pembeli agar meningkatnya permintaan pasar (Salsyabila, Pradipta, and Kusnanto 2021:38).

3.7.2 Variabel Terikat (*Dependen*)

Suatu keadaan yang timbul akibat adanya perubahan dari variabel lain (Purwanto, 2019:347). Variabel terikat umunya dilambangkan dengan Y.

3.7.2.1 Minat Beli (Y)

Minat beli ialah munculnya keinginan konsumen untuk memiliki produk akibat pengamatan yang telah dilakukan kepada produk tertentu tersebut (Omas et al., 2022:373).

Tabel 3. 3 Variabel Operasi

| Variabel | Definisi | Indikator | Skala |
|----------------------|--|--|---------------|
| Kualitas Produk (X1) | Kualitas produk ialah faktor yang menggambarkan suatu produk mempunyai value atau tidak dalam pandangan oranglain dan merupakan ekspetasi konsumen yang harus dipenuhi (Rosiana et al. 2021:685) | 1. Kinerja 2. Fitur 3. Keandalan 4. Kesesuaian 5. Ketahanan 6. Kemudahan Layanan 7. Keindahan 8. Kesan Kualitas | <i>Likert</i> |
| Kepercayaan (X2) | Kepercayaan (<i>trust</i>) ialah hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen untuk melaksanakan pembelian, terlebih disaat seseorang melakukan transaksi online dengan adanya resiko (Permana, 2020:100). | 1. Integritas 2. Kebaikan 3. Kompetensi 4. Konsistensi 5. Loyalitas | <i>Likert</i> |
| Promosi (X3) | Promosi merupakan alat komunikasi dari penjual ke pembeli dengan cara memperluas/menyebarkan suatu informasi produk guna mempengaruhi pembeli agar meningkatnya permintaan pasar | 1. Pesan Promosi 2. Media Promosi 3. Waktu Promosi 4. Frekuensi Promosi 5. Penjualan Personal | <i>Likert</i> |

| | | | |
|----------------|---|--|---------------|
| | (Salsyabila, Pradipta, and Kusnanto 2021:38). | | |
| Minat Beli (Y) | Minat beli ialah munculnya keinginan konsumen untuk memiliki produk akibat pengamatan yang telah dilakukan kepada produk tertentu tersebut (Omas et al., 2022:373). | 1. Minat transaksional 2. Minat refrensial 3. Minat preferensial 4. Minat eksploratif 5. Keinginan memiliki produk | <i>Likert</i> |

Sumber: (Rosiana et al., 2021), (Permana, 2020), (Salsyabila, Pradipta, and Kusnanto, 2021), (Omas et al., 2022).

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif yakni suatu metode dengan tujuan menganalisis hasil dari penelitian dengan cara membuat deskripsi, gambaran sistematis, faktual yang akurat berhubungan dengan fenomena yang sedang diteliti (Ghozali, 2018:19). Apabila hipotesis bernilai nol (H_0) diterima, hasil penyelidikan mampu di generalisasi. Analisis ini dilakukan dengan bentuk perbandingan dan hubungan variabel dengan jumlah satu atau lebih. Tahapan awal untuk menganalisis data dengan sumber survei yaitu dengan menghitung skor dan mentotalkannya guna mendapat skor akhir. Untuk menghitung skor rata-rata dapat dilakukan dengan cara menghitung nilai di tiap komponen yang diteliti dan di kali dengan frekuensi. Skala likert dapat digunakan dalam menghasilkan skor penilaian yakni 5, 4, 3, 2, 1.

Jumlah sampel menghasilkan skor minimal sementara itu jika bobot maksimal dikali jumlah sampel menghasilkan skor maksimal.

Dengan jumlah sampel 100, guna menghitung skor minimum:

| |
|--|
| Skor minimum = Berat minimum x Jumlah sampel |
| Skor tertinggi = Bobot tertinggi x Jumlah sampel |
| Skor tertinggi = 5 x 100 = 500 |

Guna mengetahui rentang skala dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

| | |
|--------------------------|---------------------------------|
| $RS = \frac{N (M-1)}{M}$ | Rumus 3. 2 Rentang Skala |
|--------------------------|---------------------------------|

Keterangan:

RS: Rentang Skala

N: Jumlah sampel

M: Jumlah alternatif item

Berlandaskan rumus tersebut, untuk banyaknya sampel 100 responden dengan skor respons 1 hingga 5, sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 RS &= \frac{100 (5-1)}{5} \\
 &= 80
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perolehan hitungan rumus rentang skala diatas, maka skala yang dapat dituliskan ke dalam tabel akan memberi perbandingan dengan hasil analisis deskriptif yang selanjutnya akan dibahas. Hasil yang didapat dan dijabarkan dalam tabel ialah sebagai berikut.

Tabel 3. 4 Rentang Skala

| No | Pernyataan | Kriteria |
|----|------------|---------------------|
| 1. | 100-180 | Sangat Tidak Setuju |
| 2. | 181-261 | Tidak Setuju |
| 3. | 262-342 | Netral |
| 4. | 343-423 | Setuju |
| 5. | 424-504 | Sangat Setuju |

Sumber: Peneliti, 2023

3.8.2 Uji Kualitas Diri

Validitas mempunyai arti sampai mana alat ukur dapat melakukan fungsinya meliputi ketepatan dan kecermatan mengenai kebenaran data (Sugiono et al., 2020:55). Uji validitas menghasilkan data yang merupakan fakta, disaat yang sama uji validitas memperlihatkan alat penelitian yang menerapkan pengukuran signifikansi praktis.

Pengujian validitas memiliki spesifikasi pada tiap pertanyaan adalah perbandingan antara r_{hitung} dan r_{tabel} pada taraf signifikansi 5%. Data dapat dikatakan valid Jika r_{hitung} yang dihasilkan bernilai sama atau lebih besar dari hasil r_{tabel} . Jika terjadi sebaliknya maka data dikatakan tidak konsisten dan tidak valid hasilnya. Setiap pertanyaan untuk uji validitas memiliki kriteria: bandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} pada taraf signifikansi 5%, dan jika diperoleh r_{hitung} sama dengan r_{tabel} atau lebih tinggi, maka menghasilkan data yang valid. Data dikatakan tidak valid jika perolehan r_{hitung} dan r_{tabel} lebih kecil.

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Rumus 3. 3 Rumus Uji Validitas

Sumber: (Muzakki & Hakim, 2020)

Keterangan:

r_{xy} : Skor yang didapat dari seluruh item subjek

x : Total skor hasil dari seluruh item

y : Jumlah responden

n : Koefisien korelasi

Kriteria dalam menentukan validitas data dapat dilihat sebagai berikut:

1. Variabel dinyatakan valid jika r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang berarti seluruh pertanyaan memiliki relevansi tinggi terhadap skor total item.
2. Variabel dinyatakan tidak valid jika r_{hitung} negatif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$ yang artinya seluruh pernyataan tidak memiliki relevansi terhadap skor total item.

3.8.3 Uji Reabilitas Data

Uji reliabilitas adalah kemampuan alat/instrumen penelitian untuk mengumpulkan data tentang individu secara teratur, konsisten, atau acak. *Cronbach alpha* merupakan metode yang sering digunakan pada penelitian. Dapat menggunakan SPSS untuk menentukan hasil reliabilitas dari hasil nilai *cronbach alpha* (W Sujarweni, 2019:132).

Reliabel memiliki arti kredibel atau dapat diandalkan, bila menggunakan program perangkat lunak komputer yaitu SPSS untuk pengolahan data, dikatakan reliabel jika kuisisioner memiliki nilai *cronbach alpha* $> 0,60$, jika *cronbach alpha* $< 0,60$ kuisisioner tidak reliabel.

3.8.4 Uji Asumsi Klasik

Pendistribusian data secara normal atau mendekati normal serta tidak adanya asumsi regresi merupakan model regresi yang baik (W Sujarweni, 2019: 149). Dalam penelitian ini. Uji regresi meliputi:

3.8.4.1 Uji Normalitas

Bertujuan menguji apakah residual yang diperoleh dari regresi suatu nilai mengikuti distribusi normal. Ciri model regresi yang baik yaitu nilai residual yang dimiliki berdistribusi secara normal. Pada pengujian ini peneliti dengan bantuan software SPSS versi 25. Pada pengujian normalitas digunakan berbagai teknik diantaranya adalah uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dan kurva *normal P-P plot* (Kurniawan, 2019:149).

Daftar keputusan uji normalitas meliputi:

1. Perhitungan signifikansi di atas 0,5 (Sig.) > 0,05 menunjukkan jika dalam pengujian ini asumsi normalitas berdistribusi normal.
2. Didapatkan dan diestimasi dari nilai signifikansi 0,5 (Sig.) < 0,05, yang menunjukkan asumsi normalitas tidak berdistribusi normal.

3.8.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui besar korelasi antar variabel independen dengan menggunakan model regresi linier berganda yang ditentukan dengan uji multikolinearitas. Model dapat dinyatakan multikolinier jika nilai VIF lebih besar dari 10 serta toleransi lebih besar 0,1. Toleransi yang rendah dapat ditunjukkan dengan nilai VIF yang tinggi (Kurniawan, 2019:150).

3.8.4.3 Uji Heterokedastisitas

Uji ini dirancang guna mengetahui variansi yang teramati dalam model regresi. Metode yang digunakan dalam pengujian ini ialah uji *Park Gleyser*. Uji *Park Gleyser* dilakukan secara bersamaan dengan mengkorelasikan nilai residual absolut untuk setiap variabel bebas. Model tak berjalan secara heterokedastisitas apabila memperoleh nilai signifikansi > nilai alpha (0,05) (Kurniawan, 2019:151).

1. Sig ke-1, (*2-tailed*) Nilai di atas 0,05. Nilai tersebut menunjukkan bahwa regresi ini tidak memiliki variansi diferensial sehingga dapat digunakan.
2. Sig yang nilainya kurang dari 0,05 (*2-tailed*). Nilai tersebut menunjukkan bahwa regresi memiliki varians yang sama dan oleh karena itu tidak cocok digunakan dalam penelitian ini.

3.8.5 Uji Pengaruh

3.8.5.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengarahkan kekuatan hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah masing-masing dinyatakan kedalam bentuk positif dan negatif, sedangkan kekuatan hubungan dinyatakan dalam besaran koefisien korelasi. Ketika nilai satu variabel meningkat, mengakibatkan peningkatan variabel lainnya, dikatakan ada hubungan positif antara dua variabel atau lebih, dan sebaliknya. Menurut (Kurniawan, 2019:188) model persamaan regresi linier dan variabel independen disebut persamaan regresi berganda. Rumus persamaan linier berganda ialah:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + \dots + \dots$$

Rumus 3. 4 Regresi Linier Berganda

Sumber: (Kurniawan, 2019)

Keterangan:

Y = Variabel Kinerja Karyawan

a = Angka konstan

b = Angka koefisien

X1 = Variabel Kualitas Produk (X1)

X2 = Variabel Kepercayaan (X2)

X3 = Variabel Promosi (X3)

3.8.5.2 Uji Koefisien Determinasi

Analisis deterministik atau *R-squared* (R) memiliki tujuan untuk mencari tingkat akurasi terbaik dalam suatu analisis regresi. R hampir mirip dengan r, akan tetapi dua hal tersebut mempunyai utilitas berbeda (kecuali untuk regresi linier sederhana) R² menjelaskan tingkat variasi antara variabel X (independen) dan variabel Y (terikat) yang didefinisikan oleh banyak variabel. X₁; 1, 2, 3, 4, ..., k secara bersamaan. Di sisi lain, r² mengukur seberapa cocok persamaan regresi. Yang berarti variabel X hanya menjelaskan persentase variasi total dalam variabel Y. Kemudian, koefisien yang menggambarkan kekuatan dari hubungan linier dua variabel merupakan korelasi r, dan dapat bernilai negatif atau positif.

Menurut (Satria, 2021:91) untuk mengukur seberapa baik suatu model menggambarkan suatu yang terukur dapat menggunakan koefisien determinasi (r²). 0 dan 1 merupakan nilai koefien deterinasi.

3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis memiliki tujuan guna menguji secara statistik kebenaran suatu klaim dan menyimpulkan mengenai apakah klaim tersebut diterima atau ditolak. (Anuraga et al., 2021:328). Uji yang di pergunakan dalam penelitian ini ialah:

3.9.1 Uji Regresi Parsial (Uji T)

Tingkat signifikansi antara variabel X dan Y dapat menggunakan uji T. Apakah variabel X1, X2, dan X3 memiliki pengaruh pada variabel Y secara terpisah atau parsial (Ernawati, 2019:28).

Cara penelitian uji-t yaitu:

1. Uji coba hipotesis nol (H_0) serta hipotesis (H_1)

H_0 : Variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Bukalapak di Kota Batam.

H_1 : Variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Bukalapak di Kota Batam.

H_0 : Variabel Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Bukalapak di Kota Batam.

H_1 : Variabel Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Bukalapak di Kota Batam.

H_0 : Variabel Promosi tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Bukalapak di Kota Batam.

H_1 : Variabel Promosi berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Bukalapak di Kota Batam.

2. Kesamaan nilai t hitung dan nilai t tabel, serta taraf signifikansi 5% $df = n-2$.
3. Menyimpulkan hasil dengan kriteria:
 - a. Jika t hitung $> t$ tabel, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.
 - b. Jika bernilai $> = 5\%$ maka H_1 ditolak dan H_0 diterima.
 - c. Jika nilai bernilai $< = 5\%$ maka H_1 akan diterima dan H_0 bakal ditolak.

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Kurniawan, 2019:193) Uji ini akan mengkombinasikan tiga ataupun lebih sampel wajib dengan melalui pembuktian simultan atau ANOVA,

Kualifikasi pembuktian ANOVA:

1. Populasi uji berdistribusi normal.
2. Varians populasinya sesuai.
3. Sampel independen maupun tidak, tergantung sampel lain.

Syarat pengujian interaktif untuk dijalankan yaitu:

H_0 : Kualitas Produk, Kepercayaan dan Promosi secara bersamaan tiada berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Bukalapak di Kota Batam.

H_1 : Kualitas Produk, Kepercayaan, dan Promosi secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Bukalapak di Kota Batam.