

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan memakai kuantitatif yaitu sebuah jenis penelitian yang menghasilkan hasil yang bisa diperoleh dengan memakai prosedur ataupun metode statistik yang mana selain kuantitatif (pengukuran) (V. W. Sujarweni, 2020:61).

3.2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian adalah sebuah replikasi dan pengembangan, yaitu penelitian yang serupa dengan penelitian sebelumnya tetapi dengan objek, variabel, dan periode waktu yang berbeda. Perbedaan pencarian ini terletak pada obyek pencarian dan jangka waktu untuk melakukan penelitian.

3.3. Lokasi dan Periode Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih oleh penulis yaitu berada di Kecamatan Batu Aji Kota Batam. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mendapatkan hasil analisis dari pengaruh *online customer review*, promosi, dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian *E-commerce* Shopee di Kota Batam.

3.3.2 Periode Penelitian

Penelitian yang dilaksanakan ini akan dimulai dari Maret sampai Agustus 2023. Tabel berikut merincikan tentang jadwal penelitian.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Aktivitas	Waktu Pelaksanaan																							
		Maret 2023				April 2023				Mei 2023				Juni 2023				Juli 2023				Agustus 2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Input judul penelitian			■																					
2.	Penyelesaian Proposal dan juga Revisi				■	■	■	■	■	■	■	■	■												
3.	Menyebarkan Kuesioner													■	■	■									
4.	Mengumpulkan data dan Pengolahan data																■	■							
5.	Penyelesaian Skripsi																			■	■	■	■	■	
6.	Penyerahan Skripsi																							■	
7.	Upload Jurnal																							■	

Sumber : Peneliti, 2023

3.4. Populasi Dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Populasi adalah domain umum, terdiri dari objek/subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan dan dipelajari oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulan (V. W. Sujarweni, 2020:64) dari jumlah seluruh subjek dan objek penelitian yang kemudian dinyatakan sebagai populasi. Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penduduk yang bertempat tinggal di sub-kawasan Batu Aji sebanyak 139.512 jiwa. (BPS, 2023).

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Menurut Sugiyono (2020:168) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Penelitian ini memakai teknik *purposive sampling*, yang mana metodenya tertuju pada pengguna aktif di Shopee yang memiliki usia 18-35 tahun.. Menurut Sekaran (dalam Harwandi, 2019:24) mengatakan bahwa salah satu cara untuk menentukan ukuran sampel yaitu, ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian. Penelitian jumlah sampel dari populasi dengan taraf kesalahan 5% yang dilihat dari penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10%, (Sugiyono, 2020). Perhitungan sampel dapat menggunakan teknik rumus Slovin:

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

Rumus 3.1 Rumus Slovin

Keterangan:

n = jumlah sampel yang akan diteliti

N = jumlah populasi peneliti

E = error level (tingkat kesalahan)

Populasi (n) ialah berjumlah 139512 penduduk Batu Aji yang didapatkan dari Badan Pusat Statistik Kota Batam dengan sebuah tingkat kesalahan yang dipakai senilai 5% kemudian dihitung memakai rumus Slovin, yang berarti jumlah sampel yang didapatkan adalah:

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

$$n = \frac{139512}{1 + 139512 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{139512}{1 + 139512 (0,0025)}$$

$$n = \frac{139512}{349,78}$$

$$n = 398,85$$

Hasil estimasi tes yang menggunakan persamaan Slovin adalah responden yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 399 orang dari seluruh populasi yang ada.

3.4.3 Teknik Sampling

Yang dimaksud dengan sampel ialah bebrapa dari anggota yang bisa mewakili populasi. Sampel diambil dengan menggunakan metode *non-probability sampling* yaitu pengumpulan data menurut sifat atau karakteristik tertentu untuk mendapatkan sampel yang sesuai agar tercapai tujuan penelitian. Penelitian ini memakai teknik *purposive sampling*, Sugiyono dalam (Ryan Hafiyah Azmi & Satya Indra Karsa, 2022) menyebutnya sebagai contoh keputusan dengan mempertimbangkan kriteria tertentu. Sehingga peneliti dapat

mengetahui sikap dan karakteristik dalam penelitian ini. Ketetapan sampel penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Responden ialah pengguna aplikasi Shopee dengan rentang usia 18-35 tahun.
2. Responden adalah penduduk yang tinggal di Kecamatan BatuAji dan merupakan kaum milenial.

3.5. Sumber Data

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang pegambilanya bersifat langsung dengan keterlibatan dari peneliti, dalam penelitian ini data primer digunakan melalui daya yang diperoleh dari kuesioner/survey yang disebarkan kepada responden.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder atau data yang perolehanya secara tidak langsung atau data yang dikumpulkan tanpa keterlibatan dari penulis, data ini dalam bentuk penelitian atau temuan yang sebelumnya telah dikemukakan oleh peneliti lain yang umumnya ditemukan pada jurnal ataupun studi kepustakaan lainnya (Ahyar et al. 2020).

3.6. Metode Pengumpulan data

Peneliti menggunakan sebanyak tiga metode diantaranya adalah investigasi, dokumentasi dan observasi. Peneliti membagikan kuesioner dengan daftar pernyataan yang harus dilengkapi untuk mengumpulkan data. Persepsi dari pihak responden diuji dengan menggunakan skala Likert (Sugiyono, 2019: 146). Berikut

disajikan ebntuk dari tabel skala likert untuk menjumlahkan jawaban dari para responden:

Tabel 3.2 Skala Likter

No	Keterangan Jawaban	Nilai/Skor
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Sugiyono, 2019)

3.7. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Peneliti menentukan variabel penelitian berdasarkan ciri-ciri objek penelitian atau penemuan, dan juga data untuk pelengkap dalam variabel tersebut. (W. Sujarweni, 2019:108). Variabel merupakan bagian dari kelompok yang akan diteliti dan terdapat perbedaan antara satu bagian dengan bagian kelompok lainnya.

3.7.1 Variabel Bebas (Indenpenden)

Variabel bebas (bebas) ialah sebuah variabel yang bisa saja menjadi penyebab dari perubahan pada variabel terikat. Menurut (Kurniawan, 2019:140) Variabel yang akan memberikan pengaruh pada berubahnya sebuah variabel terikat yang kemudian disebut juga dengan variabel bebas. Variabel independen dalam penelitian ini ialah *Online Customer Review*, Promosi, dan Kemudahan Penggunaan.

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel yang bisa memberikan pengaruh terhadap perubahan di variabel lain (Independen) dikatakan sebagai variabel dependen (Wiratna.v Sujarweni, 2020: 113). Variabel terikat dalam penelitian ini ialah Keputusan Pembelian.

Tabel 3.3 Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Online Customer Review</i> (X1)	Online customer review untuk konsumen sekarang bukan hanya sebagai pilihan pertimbangan untuk membeli satu produk, tetapi juga bisa menggambarkan sebuah ekspektasi kepada suatu produk (Mu'nis & Komaladewi, 2020).	1. <i>Intensity</i> 2. <i>Valency of Opinion</i> 3. <i>Content</i>	<i>Likert</i>
Promosi (X2)	Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan sebuah permintaan pada pemasaran dan pada prinsipnya adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang dimana mengharapkan kenaikan angka penjualan (Hartono, 2020).	1. Periklanan 2. Promosi Penjualan 3. Penjualan Perorangan 4. Hubungan Masyarakat 5. Penjualan Langsung	<i>Likert</i>
Kemudahan Penggunaan (X3)	Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu ukuran seseorang percaya bahwa, teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem tersebut berguna maka dia akan bereaksi positif terhadap sistem tersebut dan akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi kurang berguna maka dia tidak akan menggunakannya (C. S. P. Putri et al., 2021).	1. Mudah Dipelajari 2. Fleksibel 3. Dapat mengontrol pekerjaan 4. Mudah digunakan 5. Jelas dan Mudah dimengerti	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian ialah sebuah tingkah laku konsumen dalam menentukan membeli produk agar tercapainya	1. Pembelian produk 2. Pembelian	<i>Likert</i>

	<p>harapan yang diinginkan dan juga kebutuhan dari pelanggan itu sendiri yang biasanya meliputi <i>problem introduction, evaluation of alternative purchases, information search, behavior after purchase and purchasing decisions</i>. (Fetrisen & Aziz, 2019).</p>	<p>Merek 3. Pemilihan Saluran 4. Penentu waktu pembelian 5. Jumlah Pembelian</p>	
--	--	--	--

Sumber: Data Sekunder, 2023

3.8. Metode Analisis Data

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Dikutip dalam Sugiyono (2019: 29) pengertian dari Statistik deskriptif ialah statistik yang relevan dengan statistik dan dipakai sebagai alat untuk menganalisa hasil dari penelitian statistik, akan tetapi tidak dipakai untuk menarik kesimpulan yang maknanya lebih luas, menggambarkan data yang dikumpulkan atau mendeskripsikannya sebagai tidak dimaksudkan untuk menarik kesimpulan umum.

$$RS = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3.2 Rentang Skala

Keterangan :

RS = Rentang Skala

n = Jumlah Sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

Dari rumus rentang skala yang tertera di atas, bisa dihitung bersamaan dengan seluruh sampel yang jumlahnya ada 399, dan tentunya jumlah alternatif dalam jawaban setiap item yaitu sebanyak 5 Orang. Maka didapatkan hasil

Rentang Skalanya yaitu 319,2. Dilihat hasil dari penghitungan dari rumus rentang skala tersebut, kemudian hasil yang akna didapat adalah dengan penjabaran dari tabel yang telah tertera di bawah ini:

Tabel 3.4 Rentang Skala

No.	Pernyataan	Skor Positif
1	399 - 718	Sangat Tidak Setuju
2	719 - 1038	Tidak Setuju
3	1039 - 1359	Netral
4	1360 - 1679	Setuju
5	1680 - 1995	Sangat Setuju

Sumber : Peneliti 2023

3.8.2 Uji Kualitas Data

3.8.2.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji ketelitian atau ketelitian suatu alat ukur. Untuk memutuskan apakah layak ataupun tidak layaknya suatu pertanyaan, uji signifikansi koefisien korelasi yang mana terdapat pada tingkat signifikansi dari skor total biasanya akan digunakan dalam mengujinya.

Dikutip dari (Sugiyono, 2018:331) yang dimaksud dnegan uji validitas itu ialah sebuah tingkat presisi antara data yang terjadi pada subjek penelitian dan kekuatan yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Data yang valid ialah data yang secara benar terjadi untuk dipakai dalam kepentingan penelitian.

Dalam memutuskan apakah layak ataupun tidaknya dari suatu item itu, uji koefisien korelasi ini signifikan pada taraf 0,05 yang artinya suatu item disebut baik jika mempunyai korelasi yang tentunya signifikan dengan hasil skor total. Kemudian nilai dari uji akan dibuat memakai uji dua sisi dengan tingkat

signifikansi yaitu senilai 0,05. Kriteria diterima maupun tidaknya data yang akan disebut valid, jika:

- 1) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka data akan disebut valid.
- 2) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data akan disebut tidak valid.

Kemudian Rumus yang akan dipakai di dalam suatu pengujian validitas memakai Korelasi *Product Moment* Karl Pearson, berikut uraiannya :

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

Rumus 3.3 Rumus Uji Validitas

Sumber (Muzakki & Hakim, 2020:3)

Keterangan :

r_{xy} = Skor yang akan didapatkan dari subjek item seluruhnya

x = Total skor yang akan didapatkan dari seluruh item yang ada

y = Banyaknya jumlah responden yang akan mengisi kuesioner

N = Koefisien korelasi

Uji validitas yang akan dilakukan ini menggunakan jenis penghitungan dengan menghitung perbandingan dari r_{xy} (r_{hitung}) dengan nilai r_{hitung} yang mana untuk tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* (df) = $n-2$, ialah :

1. Variabel kemudian disebut valid apabila r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$
2. Variabel kemudian disebut tidak valid apabila r_{hitung} negatif dan $r_{hitung} < r_{tabel}$

3.8.2.2 Uji Reliabilitas

Yang dimaksud uji reliabilitas ini ialah sebuah tingkat daripada kemampuan sebuah alat maupun alat penelitian untuk mendapatkan sebuah informasi ataupun data dengan teratur dan juga konsisten ataupun juga acak antara individu. Metode

Cronbach alpha merupakan metode yang sering digunakan dalam penelitian. Dengan memakai aplikasi SPSS, hasil dari reliabilitas bisa kita ketahui dengan melihat hasil daripada nilai *Cronbach Alpha* (W Sujarweni, 2019: 132).

Pengertian dari reliabel ini ialah data bisa dipercaya yang kemudian bisa diandalkan, semua pertanyaan dari kuesioner bisa disebut reliabel (layak) apabila *cronbach alpha* > 0,60 dan juga disebut tidak reliabel *cronbach alpha* jika < 0,60 pada pengolahan data dengan menggunakan sebuah program *software* memakai komputer yang mana disebut dengan SPSS.

3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Syarat dari sebuah model regresi yang benar ialah mempunyai sebuah distribusi data yang normal ataupun dekat pada normal dan juga bebas dari asumsi regresi (W Sujarweni, 2019: 149). Pengujian asumsi regresi yang ada di dalam penelitian ini ialah:

3.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini dipakai untuk melakukan pengujian agar diketahui apakah nilai dari residual dari regresi berdistribusi memiliki hasil normal ataupun sebaliknya. Model regresi yang benar yaitu yang mempunyai nilai terdistribusi dengan normal. Pada pengujian ini peneliti memakai sebuah *software* SPSS yang memiliki versi 25. Beberapa teknik yang digunakan dalam pengujian normalitas antara lain uji Histogram, kurva *normal P-P Plot* dan *kolmogorov-smirnov* (K-S) (Kurniawan, 2019: 149).

Dasar pengambilan uji Histogram ialah data akan diasumsikan berdistribusi normal ketika kurva menunjukkan bentuk lonceng, lalu pada normal *P-Plot*, hasil uji diasumsikan normal jika data tersebar di sepanjang diagonal.

Dasar dalam pengambilan keputusan uji *kolmogorov-smirnov* yaitu:

1. Jika taksiran nilai dari signifikansi nilainya ada di atas 0,5 (Sig.) > 0,05 dengan demikian nilai ini memiliki artian asumsi normalitas yang dilakukan ini memiliki hasil yaitu berdistribusi secara normal.
2. Didapatkan dan diperkirakan dari nilai signifikansi 0,5 (Sig.) < 0,05 memiliki arti bahwa hipotesis normalitas yang mana artinya ialah distribusinya tidak normal.

3.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan agar bisa diketahui apakah nilai korelasi antara variabel independen model regresi linier berganda ditentukan sebagai uji kolinearitas berganda(multikolinearitas. Menemukan Multikolinearitas dari suatu model didapat jika nilai *Standard Variance Factor* (VIF) memiliki nilai lebih dari 10 dan juga toleransinya lebih besar dari 0,1, maka model disebutkan tidak ada terjadi multikolinearitas. Nilai VIF yang hasilnya tinggi akan memiliki arti bahwa toleransinya rendah (Kurniawan, 2019: 150)

3.8.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji ini ialah agar diketahui variansi yang teramati pada model regresi. Metode yang dipakai dalam pengujian ini adalah uji *Park Glejser*. Uji *Park Glejser* ini dilakukan dengan mengkorelasikan nilai residual absolut dengan

masing-masing variabel independen. Model tidak memiliki heterogenitas jika diperoleh nilai signifikansi > nilai alfa (0,05) (Kurniawan, 2019: 151).

1. Sig (*2-tailed*) jika memiliki nilai lebih dari 0,05, maka hal tersebut memiliki artian bahwa pada regresi ini tidak terjadi varians yang tidak sejenis dan bisa digunakan.
2. Sig yang nilainya kurang dari 0,05. (*2-tailed*), maka hal tersebut memiliki artian bahwa regresi ini mempunyai varians yang sejenis dan tidak bisa dipakai pada penelitian ini.

3.8.4 Uji Pengaruh

3.8.4.1 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Yang dimaksud dengan korelasi parsial yaitu angka yang menunjukkan pada arah dan juga kekuatan antara hubungan dua variable ataupun lebih. Arah ini dituliskan kedalam bentuk angka positif maupun negatif, dan kekuatan hubungan ini dituliskan dalam besarnya suatu koefisien korelasi. Hubungan antar dua variabel maupun lebih akan disebut positif jika nilai salah satu variabel meningkat, variabel yang lain akan meningkat dan sebaliknya (Priyastama, 2020: 154). Menurut (Kurniawan, 2019:188) persamaan regresi berganda ini adalah suatu model persamaan regresi linier dengan beberapa buah variabel bebas. Rumus dari persamaan linier berganda yaitu:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3$$

Rumus 3.4 Regresi linier Berganda

Sumber: (Kurniawan, 2019: 188)

Penjelasan:

Y = Variabel Keputusan Pembelian (Y)

a = angka konstan

b = angka koefisien regresi

X1 = Variabel *Online Customer Review* (X1)

X2 = Variabel Promosi (X2)

X3 = Variabel Kemudahan Penggunaan (X3)

3.8.4.2 Uji Koefisien Determinasi

Analisis determinasi atau biasa dikatakan *R Square* (R^2) memiliki tujuan agar bisa diketahui tingkat dari sebuah keakuratan yang paling baik yang ada di dalam analisis regresi. R ini sebenarnya hampir mirip dengan r, tetapi utilitas yang dimiliki oleh keduanya tentu saja memiliki perbedaan (kecuali pada regresi linier sederhana). R^2 sendiri mendefinisikan tingkat variasi dari variabel Y (mengikat), yang kemudian akan dijelaskan oleh variabel X (independen) yang biasanya memiliki beberapa variabel. X1; 1, 2, 3, 4 ..., k) Secara bersama-sama. Di satu sisi, r^2 akan mengukur kebaikan dari kecocokan persamaan regresinya. Maksudnya disini adalah, ia mengirimkan sebuah persentase dari variasi total sebuah variabel Y (terikat), yang kemudian dijelaskan hanya dari satu variabel X (bebas). Koefisien korelasi, yaitu disebut r, kemudian akan menunjukkan kekuatan dari hubungan linier antar dua variabel, dan hasil nilainya tentu bisa negatif dan juga positif (Riyanto & Hatmawan, 2020).

Dikutip dari penjelasan (Satria, 2021:91) Koefisien determinasi (R^2) ini pada intinya ialah mengukur seberapa jauh model menunjukkan akan kemampuan

pengukuran Fluktuasi dari variabel independen. Nilai dari koefisien determinasi ini ialah bernilai antara 0 dan 1.

3.9. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis ialah sebuah proses untuk melakukan evaluasi kekuatan bukti dari sampel, dan memberikan dasar untuk membuat keputusan terkait dengan populasinya. Tujuan uji hipotesis adalah untuk memutuskan apakah hipotesis yang diuji ditolak atau diterima (Ahyar *et al.*, 2020) Uji hipotesis yang dipakai dalam ruang lingkup penelitian ini yaitu:

3.9.1 Uji t (Regresi Parsial)

Uji parsial ini sangatlah penting agar peneliti mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen masing-masing variabel penelitian.

Dalam penelitian (Kurniawan, 2019: 193) penelitian uji-t menggunakan cara:

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

H_0 :Variabel Online Customer Review tidak berpengaruh pada Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee di Kota Batam.

H_1 :Variabel Online Customer Review berpengaruh pada Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee di Kota Batam.

H_0 :Variabel Promosi tidak berpengaruh pada Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee di Kota Batam.

H1 :Variabel Promosi berpengaruh pada Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee di Kota Batam.

H0 :Variabel Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh pada Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee di Kota Batam.

H1 :Variabel Kemudahan Penggunaan berpengaruh pada Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee di Kota Batam.

2. Kesetaraan di dalam nilai t hitung dan juga nilai t tabel, serta taraf signifikansinya ialah 5% $df = n2$.
3. Menarik kesimpulan dilihat dari kriterianya:
 - a. Apabila nilai t hitung $>$ t tabel, maka didapatkanlah H1 diterima serta H0 ditolak.
 - b. Apabila nilainya $\geq 5\%$ maka didapatkanlah H1 ditolak serta H0 diterima.
 - c. Apabila nilainya $\leq 5\%$ maka didapatkanlah H1 akan diterima dan H0 akan ditolak.

3.9.2 Uji Simultan (F)

Menurut (Suhatman, 2020) Dengan melihat nilai F yang dinilai $>$ F tabel, uji F atau ANOVA digunakan untuk menilai banyak contoh. Jika nilainya jauh lebih kecil dari 0,05 (α), diketahui bahwa variabel independen memengaruhi variabel dependen. Selain itu, variabel tersebut mempengaruhi variabel dependen dengan asumsi F hitung $>$ F tabel dan angka produktivitas $>$ 0,05 (α).

Prediksi untuk mendemonstrasikan ANOVA:

1. Populasi yang kemudian akan diuji menggambarkan bahwa berdistribusi normal.
2. Varians memiliki populasi yang menunjukkan hasil cocok.
3. Sampel yang sifatnya independen ataupun tidak, hasilnya bergantung kepada sampel yang lain.

Pengujian ini dilakukan menetapkan pengujian interaktif beserta dengan beberapa syarat berikut:

H0 : Online Customer review, Promosi, dan kemudahan Penggunaan secara bersamaan tiada memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee di Kota Batam.

H1 : Online Customer review, Promosi, dan kemudahan Penggunaan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Shopee di Kota Batam.