

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Disain penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan di dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, Menurut Sugiyono (2013) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada sifat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dari penjelasan di atas maka metode kuantitatif bersifat *expos facto*, yaitu pengumpulan data dilakukan setelah peristiwa terjadi. Peneliti mencari beberapa akibat yang muncul dan mengujinya dengan cara menelusuri kembali masa lampau untuk menyelidiki hubungan, sebab akibat dan maknanya. Dengan kata lain penelitian ini untuk mengetahui apakah perbedaan yang sudah terjadi (dalam variabel independen) menyebabkan terjadinya perbedaan pada variabel dependen. Penelitian ini juga merupakan penelitian deskriptif analitik yang artinya penelitian dilakukan dengan pengambilan data primer lapangan, metode yang di gunakan adalah metode survei yang bertujuan mendapatkan data yang digunakan terhadap objek di lapangan, dengan mengambil beberapa sampel dari populasi dan mengajukan pertanyaan atau kuisioner sebagai alat pengumpulan data.

B. Obyek Dan Lokasi Penelitian

Obyek penelitian ini adalah tentang analisis harga, Kelengkapan Produk, kemudahan, promosi, yang di lakukan *Marketplace* terhadap keputusan pembelian di toko konvensional Amsal Mart, Lokasi penelitian ini dilakukan di desa Moroseneng kecamatan Batanghari Nuban Lampung Timur tepatnya pada toko offline serba ada yang bernama toko Amsal mart, dengan mengomperkan toko tersebut dengan Toko online yang banyak di gunakan di desa tersebut.

C. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2015) operasional variabel adalah sebuah atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Menurut Sugiyono (2013) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apapun yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi dari hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut, seseorang, obyek yang memiliki variasi antara satu orang dengan yang lain atau suatu obyek dengan obyek yang lain, variabel penelitian ini dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1. Variabel Terikat

Menurut Sugiyono (2013) variabel terikat atau variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian masyarakat pada toko konvensional di era *4.0 Marketplace*

2. Variabel Bebas

Menurut Sugiyono (2013) Variabel bebas atau variabel independen adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat atau dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu harga, kelengkapan barang, kemudahan, serta promosi.

Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

a. Harga

1) Definisi konseptual : Harga merupakan jumlah nilai yang dipertukarkan pembeli untuk manfaat atau memiliki suatu barang atau jasa. Dan mempertimbangkan tentang keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk yang diberikan, serta daya saing harga kesesuaian harga dengan manfaat.

2) Definisi Operasional : Harga merupakan jumlah nilai yang dipertukarkan pembeli untuk manfaat atau memiliki suatu barang atau jasa. Dan mempertimbangkan tentang keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk yang diberikan, serta daya saing harga kesesuaian harga dengan manfaat yang diukur dengan menggunakan

instrumen sekala likret pada kuisisioner yang diberikan pada konsumen toko Amsalmart yang juga pernah berbelanja pada *Marketplace*

b. Kelengkapan Produk

- 1) Definisi konseptual : kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dikonsumsi, oleh konsumen yang dihasilkan dari produsen, dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk adalah macam macam produk dalam artian kelengkapan produk dari merek, kualitas serta ketersediaan produk setiap saat di toko.
- 2) Definisi Oprasional : kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dikonsumsi, oleh konsumen yang dihasilkan dari produsen, dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk adalah macam macam produk dalam artian kelengkapan produk dari merek, kualitas serta ketersediaan produk setiap saat di toko. yang diukur dengan menggunakan instrumen sekala likret pada kuisisioner yang diberikan pada konsumen toko Amsalmart yang juga pernah berbelanja pada *Marketplace*.

c. Kemudahan

- 1) Definisi Konseptual : kemudahan adalah berhubungan dengan sistem yang dimana sistem tersebut dapat berguna bagi penggunanya, kemudahan juga seringkali di artikan kepercayaan bagi pengguna sistem tersebut dengan menggunakan sistem tersebut pengguna percaya bahwa tidak akan ada hambatan atau kesulitan yang berarti.
- 2) Definisi Oprasional : kemudahan adalah berhubungan dengan sistem yang dimana sistem tersebut dapat berguna bagi penggunanya, kemudahan juga seringkali di artikan kepercayaan bagi pengguna sistem tersebut dengan menggunakan sistem tersebut pengguna percaya bahwa tidak akan ada hambatan atau kesulitan yang berarti, di dalam penelitian ini menggunakan sintesis tidak dibutuhkan banyak usaha dalam menggunakan sistem, mudah di pelajari, kemudahan dalam bertransaksi, kemudahan dalam penerimaan barang. yang diukur dengan menggunakan instrumen sekala likret pada kuisisioner yang diberikan pada konsumen toko Amsalmart yang juga pernah berbelanja pada *Marketplace*.

d. Promosi

- 1) Definisi Konseptual : promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan.
- 2) Definisi Oprasional : promosi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan kebutuhan. yang diukur dengan menggunakan instrumen sekala likret pada kuisisioner yang diberikan pada konsumen toko Amsalmart yang juga pernah berbelanja pada *Marketplace*.

e. Keputusan pembelian

- 1) Definisi Konseptual : Keputusan pembelian adalah kecenderungan konsumen untuk membeli yang dapat memiliki pengaruh terhadap sikap prilaku yang berkaitan dengan minat Kemantaban produk, kebiasaan dalam membeli suatu Produk.
- 2) Definisi Oprasional : Keputusan pembelian adalah kecenderungan konsumen untuk membeli yang dapat memiliki pengaruh terhadap sikap prilaku yang berkaitan dengan minat Kemantaban produk, kebiasaan dalam membeli suatu Produk. yang diukur dengan menggunakan instrumen sekala likret pada kuisisioner yang diberikan pada konsumen toko Amsalmart yang juga pernah berbelanja pada *Marketplace*.

D. Kisi – Kisi Penelitian

TABEL 2.2

No	variabel	Indikator	Butir angket
1	Harga X1	1.harga terjangkau 2.dayasaing harga 3.kesesuaian harga 4.harga berselisih	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20
2	Kelengkapan produk	1.Keragaman Produk 2.macam macam merek	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10,

No	variabel	Indikator	Butir angket
	X2	3.ketersediaan produk 4.variasi produk	11,12,13,14,15 16,17,18,19,20
3	Kemudahan X3	1.tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut 2.sangat mudah dipelajari 3. Kemudahan dalam Bertransaksi 4. Kemudahan Dalam Penerimaan Barang	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20
4	Promosi X4	1.iklan 2.salespromotion 3.publicrelation personalseling	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20
5	Keputusan pembelian konsumen Y	1.Kemantapan sebuah Produk 2. Kebiasaan dalam Memilih Produk 3.kemauan untuk mencari informasi sebuah produk 4.kebiasaan untuk merekomendasikan produk	1,2,3,4,5 6,7,8,9,10 11,12,13,14,15 16,17,18,19,20

E. Tahapan Penelitian

1. Teknik sampling

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2013: 115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. Jadi, populasi bukan hanya orang tetapi juga obyek dan benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau objek itu.

Populasi dalam penelitian ini yaitu pembeli pada toko Amsal mart desa Morosensneng kecamatan Batanghari Nuban kabupaten lampung timur

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2013:116) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh 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 menggunakan metode penelitian sampling dengan teknik *sampling accidental*. Menurut Sugiyono (2013:122) *sampling accidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data dan mengisi kuisisioner dalam hal ini tentu saja orang yang pernah membeli di toko Amsal mart yang juga pernah berbelanja di *Marketplace*, Karena jumlah pelanggan tidak terbatas maka peneliti menggunakan sampel berjumlah 65 orang.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang diperlukan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung melalui wawancara sedangkan data sekunder data yang diperoleh dari dokumen-dokumen.

1. Studi Pustaka (*Library Research*)

Menurut Arikunto (2006:28) menyatakan bahwa studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi lewat buku, majalah, Koran, dan literatur lainnya yang bertujuan untuk membentuk sebuah landasan teori.

2. Studi Lapangan (*FieldResearch*)

a) Observasi

Menurut Sutrisno Hadi (1986) dalam Sugiyono (2013:203) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dalam penelitian ini melakukan observasi untuk mengetahui perilaku konsumen Era 4.0 pada toko Amsal mart

b) Wawancara (*Interview*)

Wawancara digunakan sebagai teknik dalam penguumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari respondenya sedikit/kecil (Sugiyono 2013: 194).

c) Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015:329) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

d) Kuisisioner (*Angket*)

Menurut Sugiyono (2013:199) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu deangan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bias diharapkan dari responden.

Kuisisioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur variabel harga, kelengkapan produk kemudahan dan promosi terhadap minat pembelian pada toko konvensional Amsal mart di era 4.0. Dalam penelitian kuantitatif, peneliti akan menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data instrumen pada penelitian digunakan untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert, menurut Sugiyono (2013:22) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang

fenomena sosial.

Jumlah butir soal pada penelitian pengaruh harga, kelengkapan produk kemudahan dan promosi terhadap keputusan pembelian yang akan dibagikan kepada pembeli yang ada di toko Amsal mart atau yang pernah membeli di toko Amsal mart sebanyak 100 pertanyaan, dengan masing-masing memiliki skor sebagai berikut :

Tabel 4
Skala Likert

Alternatif	Skala	Skor Positif	Skor negatif
A	Sangat Setuju	5	1
B	Setuju	4	2
C	Cukup Setuju	3	3
D	Tidak Setuju	2	4
E	Sangat Tidak Setuju	1	5

G. Teknik Analisis Data

Data yang telah didapat akan dianalisis untuk mengetahui hasil yang terperinci dan menjawab permasalahan pada penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1 Pengujian Persyaratan Instrumen

a. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid, valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2013 :172). Untuk menentukan validitas dari suatu penelitian dapat menggunakan korelasi *product momen* (Sugiyono, 2013 :248).

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

X : Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item

Y : Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum X$: Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$: Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$: Jumlah skor kuadrat dalam suatu distribusi

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi

N : Banyaknya responden

Untuk mengetahui valid atau tidaknya angket yang digunakan dalam penelitian, maka kriteria pengujian $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi (α) 0,05 maka alat tersebut dinyatakan valid. Demikian pula apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat tersebut tidak valid.

a. Uji Reallibilitas

Menurut Sugiyono (2013: 173) Instrumen yang reabel adalah instrument apabila yang digunakan beberapa kali untuk mengatur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Untuk menegetahui konsistensi alat ukur apakah alat ukur tersebut dapat digunakan untuk mengukur berkalli-kali denngan msenghasilkan data yang sama. Maka dapat digunakan metode *cronbanch's Alpha*, metode ini sangat cocok digunakan pada skor berskala (Arikunto, 2006:82)

Rumus :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s b^2}{s 1^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = realibilitas instrument

k = banyaknya butir pernyataan

Untuk mengetahui valid atau tidaknya angket yang digunakan dalam penelitian, maka kriteria pengujian $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi (α) 0,05 maka alat tersebut dinyatakan valid. Demikian pula apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat tersebut tidak valid.

2. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Merupakan teknik membangun persamaan membangun garis lurus untuk membuat penafsiran, agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang di gunakan untuk menafsirkan juga harus tepat , pengujian normalitas dapat dilakukan dengan *uji chi-square goodness of fit*

Rumus uji Normalitas :

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

(sumber : Arikunto 2010)

Dengan :

O_i : Frekuensi obserfasi pada kelas atau interval i

E_i : Frekuensi yang diharapkan pada kelas i didasarkan pada distribusi hipotesis yaitu distribusi Normal.

Kesimpulan mengenai distribusi dapat dilakukan dengan membandingkan nilai x^2 – statistic dengan x^2 –table. Jika nilai x^2 statistik lebih kecil dari satu atau sama dengan x^2 -tabel, maka dapat disimpulkan bahwa data distribusi Normal.

b. Uji Linieritas

Menurut Suwanto (2019:33) Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai persyaratan dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikan 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan linier bila signifikan kurang dari 0,05.

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi data adalah sama atau tidak. Uji dilakukan sebagai persyaratan dalam analisis independent Samples T Tes dan One Way ANOVA. Asumsi yang mendasar dalam analisis varian (ANOVA) adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikasi lebih dari 0.05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua variabel atau lebih kelompok data adalah sama (Suwanto, 2019:37).

Jika data sudah normal maka akan diuji apakah data tersebut homogen atau tidak. Uji yang digunakan adalah pengujian Homogenitas. Menurut

(Arikunto 2010: 365-364). Rumus yang dipakai untuk pengujian homogenitas dalam penelitian ini, menggunakan rumus uji F sebagai berikut:

$$F = \frac{\text{varian terbesar}}{\text{varian terkecil}}$$

Sumber: Sugiyono (2013: 276)

Taraf signifikansi yang digunakan adalah $\alpha = 0,5$. Uji homogenitas menggunakan SPSS dengan kriteria yang digunakan untuk mengambil kesimpulan apabila thitung lebih besar dari ttabel maka memiliki varian yang homogen. Akan tetapi apabila thitung lebih besar dari ttabel maka varian tidak homogenitas

3. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y), Analisis ini untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negative. Analisis regresi linier pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh, harga, Kelengkapan Produk, kemudahan dan promosi terhadap minat pembelian.

Persamaan regresi pada penelitian ini yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Y = Keputusan pembelian Masyarakat

X_1 = Harga

X_2 = Kelengkapan Produk

X_3 = kemudahan

X_4 = Promosi

α = Konsta (Nilai Y apabila $X_1, X_2, X_n = 0$)

β_1 = koefisien regresi variable harga

β_2 = koefisien regresi variable Kelengkapan Produk

β_3 = koefisien regresi variabel Kemudahan

β_4 = koefisien regresi variabel promosi

e = standard error

b. Uji simultan (F)

Uji simultan f adalah bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama sama variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dengan melakukan perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima. Sebaliknya jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Uji tersebut dirumuskan dengan :

$$t_{hitung} = \frac{R^2}{K} \frac{1-R^2}{n-k-1}$$

Keterangan :

K = Kebanyakan variabel bebas

N = Sampel

R^2 = Koefisiensi determinasi

Setelah dilakukan analisa data dan diketahui hasil perhitungannya, maka langkah selanjutnya adalah membandingkan nilai F hitung dengan F table atau bias juga dengan memperhatikan signifikansi F lebih kecil atau sama dengan 0,05 atau signifikansi F lebih besar dari 0,05

Hipotesisnya adalah sebagai berikut :

H_0 = secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

H_a = Secara simultan (bersama-sama) tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji parsial (t)

Pengujian ini bermaksudkan untuk mengetahui secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dikatakan berpengaruh signifikan apabila signifikansi $\leq \alpha$ (0,05) menggunakan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{\beta_1}{s\beta_1}$$

Keterangan :

β : koefisien regresi

$s\beta_1$: Simpanan baku $s\beta_1$

Hasil uji t dapat dilihat pada output coefficient dari hasil analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS.

d. Determinasi (R^2)

Analisis determinasi regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui presentasi sumbangan pengaruh prosentase independen ($X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_n$) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefesien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi dalam model mampu menjelaskan variasi-variasi dependen. R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka prosentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variasi dependen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variasi dependen.

3. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistic merupakan dugaan atau pernyataan yang perlu diuji kebenarannya. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis penelitian ini adalah :

Pengujian pengaruh X_1 terhadap Y

$H_0 : \beta X_1 Y, \leq 0$ tidak terdapat pengaruh positif antara harga (X_1) terhadap minat pembelian (Y)

$H_a : \beta X_1 Y, > 0$ terdapat pengaruh positif *harga*(X_1) terhadap minat pembelian (Y)

Pengujian pengaruh X_2 terhadap Y

$H_0 : \beta X_2 Y, \leq 0$ tidak terdapat pengaruh positif antara kelengkapan produk (X_2) terhadap minat pembelian (Y)

$H_a : \beta X_2 Y, > 0$ terdapat pengaruh positif antara kelengkapan produk (X_2) terhadap minat pembelian (Y)

Pengujian pengaruh X_3 terhadap Y

$H_0 : \beta X_3 Y, \leq 0$ tidak terdapat pengaruh positif antara kemudahan (X_3) terhadap minat pembelian (Y)

$H_a : \beta X_3 Y, > 0$ terdapat pengaruh positif antara Kemudahan (X_3) terhadap minat pembelian (Y)

Pengujian pengaruh X_4 terhadap Y

$H_0 : \beta X_4 Y, \leq 0$ tidak terdapat pengaruh positif antara Promosi (X_4) terhadap minat pembelian (Y)

$H_a : \beta_{X_4 Y} > 0$ terdapat pengaruh positif antara promosi (X_4) terhadap minat pembelian

Pengujian pengaruh x_1, x_2, x_3, x_4 , terhadap Y

$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \leq 0$ tidak terdapat pengaruh positif antara X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap Y

$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4 \geq 0$ Terdapat pengaruh positif antara X_1, X_2, X_3, X_4 , terhadap Y