

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah penelitian analisis kuantitatif yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian fenomena serta hubungan-hubungan yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan melalui perhitungan ilmiah yang berasal dari sampel konsumen yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk melakukan frekuensi dan presentase tanggapan yang mereka berikan. Jenis penelitian ini merupakan penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya. Adapun variable yang dihubungkan dalam penelitian ini adalah variable yang terdiri dari variable Kemudahan penggunaan aplikasi (X1), Kepercayaan konsumen (X2), Kualitas Tampilan (X3), Kualitas Informasi (X4), berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y).

B. Objek dan Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian proposal ini adalah Kemudahan penggunaan aplikasi, Kepercayaan konsumen, Kualitas Tampilan, Kualitas Informasi dan Keputusan Pembelian. Kegiatan penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Metro.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemudahan, kepercayaan, kualitas tampilan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian adalah menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda, Perhitungan analisis regresi linier berganda ini akan menggunakan program SPSS (*Statistical Packages for the Social Science*) 20.

1. Operasional Variabel

Operasional variable merupakan definisi atau uraian-uraian yang menjelaskan dari suatu variable-variabel yang akan diteliti. Variable yang terlibat dalam penelitian ini adalah kemudahan penggunaan aplikasi, kepercayaan

konsumen, kualitas tampilan, kualitas informasi sebagai variable bebas, keputusan pembelian sebagai variable terikat. Berikut ini merupakan penjelasan dari masing masing variable.

a. Kemudahan Penggunaan (X1)

- 1) Definisi Konseptual: Kemudahan penggunaan aplikasi merupakan dimana tingkat seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu system merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha yang keras untuk mengaplikasikanya atau menggunakan dan dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan, mudah untuk menguasainya, jelas untuk berinteraksi dan fleksibel. Maka pengguna akan cenderung menggunakan teknologi tersebut.
- 2) Definisi Operasional: Kemudahan penggunaan aplikasi merupakan dimana tingkat seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu system merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha yang keras untuk mengaplikasikanya atau menggunakan dan dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan, mudah untuk menguasainya, jelas untuk berinteraksi dan fleksibel. Maka pengguna akan cenderung menggunakan teknologi tersebut. Pada jenis produk yang sama yang diukur menggunakan instrumen dengan skala likert dan diberikan kepada mahasiswa/i FEB Universitas Muhammadiyah Metro.

b. Kepercayaan Konsumen (X2)

- 1) Definisi Konseptual: Kepercayaan konsumen merupakan sebagai pemikiran, perasaan atau perilaku konsumen yang merasa bahwa penyedia dapat dipercaya dan diyakini terhadap apa yang mereka tawarkan itu baik dan bisa dipertanggungjawabkan. Kepercayaan konsumen dapat diterima dengan adanya kehandalan, kejujuran, kepedulian dan kredibilitas kualitas. Sehingga konsumen akan cenderung lebih percaya dengan penjual.
- 2) Definisi Operasional: Kepercayaan konsumen merupakan sebagai pemikiran, perasaan atau perilaku konsumen yang merasa bahwa penyedia dapat dipercaya dan diyakini terhadap apa yang mereka tawarkan itu baik dan bisa dipertanggungjawabkan. Kepercayaan konsumen dapat diterima

dengan adanya atribut, manfaat, kepedulian dan kredibilitas kualitas. Sehingga konsumen akan cenderung lebih percaya dengan penjual. Pada jenis produk yang sama yang diukur menggunakan instrumen dengan skala likert dan diberikan kepada mahasiswa/i FEB Universitas Muhammadiyah Metro.

c. Kualitas Tampilan (X3)

- 1) Definisi Konseptual: Kualitas tampilan adalah suatu gambaran ataupun informasi dalam suatu video atau tampilan yang dikemas secara menarik dan memiliki kualitas tampilan atau gambar yang baik dan memiliki resolusi video yang jernih untuk memuaskan para pengguna dengan adanya *performance* (kinerja), *features* (fitur), *conformance* (kesesuaian), dan *aesthetics* (keindahan) sehingga pengguna akan lebih nyaman dan suka menggunakan teknologi tersebut.
- 2) Definisi Operasional: Kualitas tampilan adalah suatu gambaran ataupun informasi dalam suatu video atau tampilan yang dikemas secara menarik dan memiliki kualitas tampilan atau gambar yang baik dan memiliki resolusi video yang jernih untuk memuaskan para pengguna dengan adanya *performance* (kinerja), *features* (fitur), *conformance* (kesesuaian), dan *aesthetics* (keindahan) sehingga pengguna akan lebih nyaman dan suka menggunakan teknologi tersebut. Pada jenis produk yang sama yang diukur menggunakan instrumen dengan skala likert dan diberikan kepada mahasiswa/i FEB Universitas Muhammadiyah Metro

d. Kualitas Informasi (X4)

- 1) Definisi Konseptual: Kualitas informasi adalah sejauh mana informasi secara konsisten yang dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan sesuatu proses mereka. Dengan adanya suatu informasi yg akurat, tepat waktu, relevan dan lengkap akan memudahkan seseorang untuk mendapatkan suatu informasi.
- 2) Definisi Operasional: Kualitas informasi adalah sejauh mana informasi secara konsisten yang dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan sesuatu proses mereka. Dengan adanya suatu informasi yg akurat, tepat waktu, relevan dan lengkap akan memudahkan seseorang untuk mendapatkan

suatu informasi. Pada jenis produk yang sama yang diukur menggunakan instrumen dengan skala likert dan diberikan kepada mahasiswa/i FEB Universitas Muhammadiyah Metro.

e. Keputusan Pembelian (Y)

- 1) Definisi Konseptual: Keputusan pembelian adalah membeli merek yang disukai berdasarkan alternative yang tersedia. Keputusan pembelian ini merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative dan tahap penentuan.
- 2) Definisi Operasional: Keputusan pembelian adalah membeli merek yang disukai berdasarkan alternative yang tersedia. Keputusan pembelian ini merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternative dan tahap penentuan. Pada jenis produk yang sama yang diukur menggunakan instrumen dengan skala likert dan diberikan kepada mahasiswa/i FEB Universitas Muhammadiyah Metro.

Untuk mengukur variable tersebut, dilakukan penyebaran kuesioner kepada responden. Penjabaran operasional variabel dalam penelitian ini secara singkat sebagai berikut.

Tabel 2. Operasional variable dan Kisi- Kisi Kuisisioner Penelitian

No	Variabel	Indikator	No Item
1	Kemudahan penggunaan aplikasi(X ₁)	a. Mudah digunakan	1,2,3,4,5
		b. Mudah untuk menguasainya	6,7,8,9,10
		c. Jelas	11,12,13,14,15
		d. Fleksibel	16,17,18,19,20
2	Kepercayaan konsumen(X ₂)	a. Atribut	1,2,3,4,5
		b. Kejujuran	6,7,8,9,10
		c. Manfaat	11,12,13,14,15
		d. Kredibilitas Kualitas	16,17,18,19,20
3	Kualitas Tampilan (X ₃)	a. <i>performane</i> (kinerja)	1,2,3,4,5
		b. <i>features</i> (fitur)	6,7,8,9,10
		c. <i>conformance</i> (kesesuaian)	11,12,13,14,15
		d. <i>aesthetics</i> (keindahan)	16,17,18,19,20

No	Variabel	Indikator	No Item
4	Kualitas Informasi (X4)	a. Suatu informasi yang akurat	1,2,3,4,5
		b. Tepat waktu	6,7,8,9,10
		c. Relevan	11,12,13,14,15
		d. Lengkap	16,17,18,19,20
5	Keputusan Pembelian (Y)	a. Pengenalan masalah	1,2,3,4,5
		b. Pencarian informasi	6,7,8,9,10
		c. Evaluasi alternatif	11,12,13,14,15
		d. Tahap penentuan	16,17,18,19,20

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Ferdinand (2006: 223) Populasi adalah gabungan dari sebuah elemen yang berbentuk peristiwa, hal ini orang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena dianggap sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2018.

Tabel 3. data mahasiswa/i FEB 2018

Tahun Angkatan	Prodi	
	Manajemen	Akuntansi
2017	151	65
Jumlah	216	

Sumber: FEB UM Metro, 2018

2. Sampel

sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi pengambilan sampel didasarkan atas adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu penelitian yang tidak memungkinkan untuk mengambil keseluruhan anggota populasi (Sugiyono, 2016: 81), sampel kemudian dicari menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E = Toleransi error

Sehingga dapat diperoleh dari perhitungan adalah sebagai berikut:

$$N = \frac{216}{1 + 216(0,01)}$$

$$N = \frac{216}{3,16}$$

N= 68,3 sampel

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh jumlah sampel dari populasi sebesar 68,3 namun untuk mempermudah perhitungan dan karena adanya unsur pembulatan, nantinya jumlah sampel yang digunakan adalah berjumlah 68 responden.

E. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018: 225). Sumber data primer membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama, biasanya disebut dengan responden. Data atau informasi diperoleh melalui pertanyaan tertulis atau lisan dengan menggunakan metode wawancara (Sarwono, 2006: 16).

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data sekunder menggunakan bahan yang bukan dari sumber pertama sebagai saranya untuk memperoleh data atau informasi untuk menjawab masalah yang teliti (Sarwono, 2006: 17). Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan data dari perpustakaan berupa buku buku dan juga melalui jurnal.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah berupa setiap proses pembuktian yang didasarkan atas jenis sumber apapun, baik itu yang bersifat tertulis, lisan, gambaran, atau arkeologis (Gunawan, 2016: 175).

2. Observasi

Observasi (pengamatan) adalah metode pengumpulan data dimana peneliti atau kolaboratornya mencatat informasi sebagai mana yang disaksikan selama penelitian (W. Gulo, 2007: 116). Observasi juga merupakan suatu pengamatan yang dilakukan secara sengaja, sistematis mengenai fenomena social dengan gejala gejala psikis untuk kemudian dilakukan pencatatan (Subagyo, 200: 63).

Dalam teknik wawancara menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya. Instrument yang dipakai dapat berupa lembar pengamntan, panduan pengamntan, dan lainnya (Umar, 2008: 51).

3. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk melakukan studi pendahuluan dalam mengemukakan masalah yang akan diteliti (Sugiyono, 2016: 137). Peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan responden.

4. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016: 142). Pertanyaan peneliti dan jawaban responden dapat dilakukan dengan bentuk kuisisioner lembaran tertulis/tercetak. Peneliti membagikan kuisisioner kepada responden yakni calon konsumen berupa pertanyaan pertanyaan yang bersifat tertutup dan terbuka. Pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan data dari responde untuk mendapatkan data objek penelitian dengan jawaban yang disediakan oleh pebeliti. Dari setiap jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang diajukan kemudian diberi skor tertentu. Skor tersebut bergerak antara 1 sampai 5, dengan ketentuan sebagai berikut (Sugiyono, 2008:167)

Tabel 4. jawaban skala likert

Alternatif	Kategori	Positif	Negatif
A	Sangat setuju sekali (SSS)	5	1
B	Sangat Setuju (SS)	4	2
C	Setuju (S)	3	3
D	Netral (N)	2	4

Alternatif	Kategori	Positif	Negatif
E	Tidak setuju (TS)	1	5

5. Kepustakaan (*Library Research*)

Menurut Sugiyono (2018: 291) studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi social yang diteliti, hal ini dikarenakan penelitian ini tidak lepas dari literatur-literatur ilmiah.

G. Teknik Analisis Data

1. Pengujian Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk, mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2009). Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Untuk melihat apakah kuisisioner ini valid atau tidak dengan melihat r tabel. Dengan menggunakan rumus Korelasi Pearson Product Moment

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

Keterangan:

R_{xy} = koefisien korelasi antara variable x dan variable y

$\sum xy$ = jumlah perkalian antara variable x dan y

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat dari nilai x

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat dari nilai y

$(\sum x)^2$ = jumlah nilai x kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = jumlah nilai y kemudia dikuadratkan

Untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Apabila r hitung > r tabel, maka item dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total artinya item angket dinyatakan valid.

- 2) Apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka item dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total artinya item angket dinyatakan tidak valid.

b. Uji Realibilitas

Realibilitas menunjukkan bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data, karena instrumen sudah dikatakan baik (Suharsimi, 2006 : 178). Dalam penelitian ini suatu alat ukur tetap atau stabil, akan dapat di andalkan dan dapat diprediksi. Dalam penelitian ini menggunakan alat ukur dengan teknik Cronbach's Alpha yaitu instrumen dapat dikatakan handal jika memiliki koefisien atau alpha minimum 0,60 maupun lebih.

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

Keterangan:

r_{11} = realibilitas yang dicari

n = jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum \sigma_i^2$ = jumlah varians skor tiap tiap item

σ^2 = varians total

2. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2006:146), uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Uji Normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar. Pengujian terhadap normalitas dapat dilakukan dengan uji chi-square goodness of fit.

$$\chi^2 = \sum \left(\frac{O_i - E_i}{E_i} \right)^2$$

Keterangan

X_2 = Nilai X_2

O_i = Nilai observasi

E_i = Nilai expected / harapan, luasan interval kelas berdasarkan tabel normal dikalikan N (total frekuensi) ($\pi \times N$)

N = Banyaknya angka pada data (total frekuensi)

Normalitas residual dapat dilihat dengan cara melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data, atau dapat di lihat sebagai berikut:

- 1) Jika $VIF > 10$ atau jika tolerance value $< 0,1$ maka terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika $VIF < 10$ atau jika tolerance value $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

b. Uji Linieritas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi Pearson atau korelasi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan Test for Linearity pada taraf sig 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila sig $< 0,05$. Dua variabel tidak mempunyai hubungan linear bila sig $> 0,05$ (Priyatno, 2014:79).

c. Uji Homogenitas

uji homogenitas dilaksanakan untuk mengetahui bahwa data sampel berasal dari populasi yang mempunyai varians homogeny.

3. Uji Persamaan

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji statistik yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Analisis regresi merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel-variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Model regresi dinyatakan dalam persamaan:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel dependent yang diprediksikan (Keputusan Pembelian)

- x1 : Kemudahan
- x2 : Kepercayaan
- x3 : Kualitas Tampilan
- x4 : Kualitas Informasi
- a : konstanta
- e : Standart Error

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel atau dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing t hitung, proses uji t identik dengan Uji F (lihat perhitungan SPSS pada Coefficient Regression Full Model/Enter). Atau bisa diganti dengan Uji metode Stepwise.

Uji parsial (uji t) berguna untuk menguji pengaruh variabel independent Kemudahan penggunaan (X1), Kepercayaan konsumen (X2), Kualitas Tampilan (X3), Kualitas Informasi (X4) apakah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependent Keputusan Pembelian (Y) secara parsial. Kaedah pengambilan keputusan dalam uji t. Dengan menggunakan SPSS versi 16 dengan tingkat signifikansi 5% adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berarti ada pengaruh antara variabel yang diuji.
- 2) Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti tidak ada pengaruh antara variabel yang diuji.

b. Uji F

Uji F dikenal dengan Uji serentak atau uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan.

Uji simultan (uji F) berguna untuk melihat apakah variabel berguna untuk menguji pengaruh variabel independent Kemudahan penggunaan(X1), Kepercayaan konsumen(X2), Kualitas tampilan (X3), Kualitas Informasi (X4) apakah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependent

Keputusan Pembelian (Y). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji F menggunakan SPSS versi 16 dengan tingkat signifikansi 5% adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berarti variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat.
- 2) Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berarti variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

5. Uji R² (Determinasi)

Koefisien determinasi berguna mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Jika nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksikan variabel terikat.

6. Hipotesis Statistik

Hipotesis statistic merupakan dugaan atau persyaratan yang perlu di uji kebenarannya. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis penelitian ini adalah:

- a. $H_0: b_1 \leq 0$: Kemudahan (X1) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)
 $H_a: b_2 > 0$: Kemudahan (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)
- b. $H_0: b_2 \leq 0$: Kepercayaan (X2) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)
 $H_a: b_2 > 0$: Kepercayaan (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)
- c. $H_0: b_3 \leq 0$: Kualitas Tampilan (X3) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)
 $H_a: b_3 > 0$: Kualitas Tampilan (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)
- d. $H_0: b_4 \leq 0$: Kualitas Informasi (X4) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)
 $H_a: b_4 > 0$: Kualitas informasi (X4) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)
- e. $H_0: b_1, b_2, b_3, b_4 \leq 0$: Kemudahan (X1), Kepercayaan (X2), Kualitas Tampilan (X3), Kualitas Informasi (X4) tidak

berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)

Ha: $b_1, b_2, b_3, b_4 > 0$: Kemudahan (X1), Kepercayaan (X2), Kualitas Tampilan (X3), Kualitas Informasi (X4) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)

