

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah strategi penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lainnya. Dalam hal ini penelitian mengidentifikasi sejauh mana pengaruh faktor keamanan dan privasi (X1), metode pembayaran (X2), *endorsement* (X3), *perceived value* (X4) terhadap keputusan pembelian dalam *e-commerce* pada karyawan PT Mandom Indonesia Tbk (Y).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari para responden dan bukan berasal dari pengumpulan data yang pernah dilakukan sebelumnya, guna mengetahui faktor keamanan dan privasi, metode pembayaran, *endorsement*, *perceived value*. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh seorang peneliti secara tidak langsung dari objeknya, tetapi melalui sumber lain, baik lisan maupun tulisan berupa data-data dalam bentuk naskah atau dokumen, antara lain sejarah dan profil perusahaan, data penjualan, dan data yang berkaitan dengan topik bahasan penelitian baik berasal dari media cetak maupun media elektronik.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1. Populasi Penelitian**

Populasi merupakan himpunan yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dari karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT Mandom Indonesia Tbk pengguna jejaring sosial yang melakukan pembelian produk melalui *e-commerce*, sebanyak 1500 orang.

### 3.2.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari elemen-elemen populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap cepat mewakili dari keseluruhan populasi. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013 : 116).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Insidental Purposive Random Sampling* yaitu pengambilan anggota sampel berdasarkan dengan pertimbangan tertentu. Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Mandom Indonesia Tbk pengguna *e-commerce* yang melakukan pembelian produk secara *onlined* dalam periode waktu tertentu.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \dots\dots\dots (3.1)$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah populasi

$e$  = Persen tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan. Dalam penelitian ini menggunakan  $e$  sebesar 10% dengan tingkat kebenarannya 90%.

Berdasarkan perhitungan diatas dengan menggunakan rumus slovin, maka diperoleh sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{1500}{1 + 1500(0,1)^2} \\ &= \frac{1500}{16} \\ &= 93,75 \rightarrow \text{dibulatkan menjadi } 94 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan rumus diatas, maka diperoleh jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 94 responden.

### **3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2013 : 223) terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian, dan kualitas pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas, instrumen, dan kualitas pengumpulan data berkenaan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Oleh karena itu, instrumen yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, belum tentu dapat menghasilkan data yang valid dan reliable, apabila instrument tersebut tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data primer, yaitu data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset secara khusus (Sunyoto, 2014). Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa :

1. Riset Pustaka, dilakukan berdasarkan buku yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas untuk mendapatkan teori dari definisi yang akan dipergunakan dalam penelitian.
2. Riset Lapangan, penelitian lapangan dilakukan untuk mendapatkan data secara langsung yang menjadi objek penelitian melalui cara-cara sebagai berikut:
  - Kuesioner atau Angket  
Teknik pengumpulan data dengan melakukan penyebaran daftar pertanyaan tertulis (angket) kepada karyawan PT. Mandom Indonesia Tbk (responden). Pengumpulan data ini didasarkan atas dasar jawaban atau tanggapan responden terhadap pernyataan yang diajukan oleh peneliti.
  - Google Form  
Google Form adalah aplikasi Google yang tersedia di Google Drive yang berguna untuk membantu merencanakan acara, mengirim survei, memberikan kuesioner, atau mengumpulkan informasi lainnya dengan mudah, efisien. Pada

penelitian ini Google Form yang dimaksud adalah sebuah Form atau soal pernyataan yang akan di berikan kepada responden dalam bentuk visual memanfaatkan komputer dan jaringan internet. Dalam penelitian ini pernyataan berbentuk kuesioner berbentuk pilihan (Multiple Choise).Hasil nya dapat langsung dapat dilihat dan dapat langsung diolah dengan menggunakan Microsoft Excel.

### 3..4. Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dinamakan variabel karena ada variasinya.Untuk dapat bervariasi, maka peneliti harus didasarkan pada sekelompok sumber data atau obyek yang bervariasi. Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2013 : 95) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari. Dengan demikian penulis akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikatro dalam sebuah kuesioner.

#### 1. Skala dan Angka Penafsiran

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner merupakan tehnik pengumpulan dalam yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Untuk menilai sikap dan persepsi responden, dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tertentu kejadian tertentu.Dimana jawaban setiap item instrumen mempunyai bobot nilai seperti tercantum pada tabel 3.1 berikut ini.

**Tabel 3.1 Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner**

No	Pernyataan	Kode	Nilai Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2.	Tidak Setuju	TS	2
3.	Setuju	S	3
4.	Sangat Setuju	SS	4

(Sugiyono, 2013)

Dengan Skala Likert, maka variabel yang dapat diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan. Jawaban dari pernyataan itulah yang nantinya akan diolah sampai menghasilkan kesimpulan. Guna menentukan gradasi hasil jawaban responden maka diperlukan angka penafsiran. Angka penafsiran inilah yang digunakan dalam setiap penelitian kuantitatif untuk mengolah data mentah yang akan dikelompokkan sehingga dapat diketahui hasil akhir degradasi atas jawaban responden, apakah responden sangat setuju, setuju, tidak setuju, atau bahkan sangat tidak setuju atas apa yang ada pada pernyataan tersebut.

**Tabel 3.2 Indikator Faktor Keamanan dan Privasi (X1)**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>No item</b>
Faktor Keamanan dan Privasi (X1)	Kerahasiaan data	Konsumen merasa aman membagi informasi data dirinya dengan menggunakan layanan e-commerce.	1
		konsumen yakin dengan menggunakan e-commerce dapat menjaga informasi pribadinya.	2
		Konsumen merasa dengan menggunakan e-commerce dapat memberikan jaminan atas informasi data pribadi yang konsumen berikan.	3
	Jaminan keamanan	Konsumen merasa dengan melakukan pembelian dalam e-commerce menawarkan keamanan online yang cukup.	4
		Konsumen merasa transaksi online di dalam e-commerce dilindungi.	5
		Konsumen merasa aman dalam mengirim informasi pribadinya ke dalam situs e-commerce tanpa melakukan perubahan data dirinya oleh pihak ketiga.	6
		Konsumen merasa aman dan yakin informasi pribadi yang diberikan tidak	7

		akan disalahgunakan oleh pihak ketiga.	
	Adanya jaminan hukum terhadap perlindungan data konsumen	Konsumen mengetahui adanya jaminan hukum dalam berbelanja online tentang perlindungan data dalam layanan e-commerce.	8
	Pengumpulan data pribadi konsumen yang diperlukan untuk aktivitas website.	Pengumpulan data pribadi konsumen yang diperlukan untuk aktivitas website.	9
	Adanya persetujuan dengan konsumen dalam hal penyebaran informasi.	Konsumen yakin data pribadi tidak diberikan kepada orang lain.	10
	Kenyamanan yang diberikan kepada konsumen ketika memberikan informasi.	Konsumen merasa aman ketika memberikan informasi pribadi kepada layanan belanja di dalam e-commerce.	11
	Privasi konsumen menjadi perhatian paling utama.	Konsumen percaya dalam berbelanja online e-commerce mementingkan kerahasiaan informasi data konsumen.	12

Sumber :Raman Arasu dan Viswanathan A. (2011). Flavian dan Guinaliu (2006), Armesh et , al., (2010), Ahmad dan Al zubi'bi (2011), Eid (2011), yang telah dikembangkan oleh Kinasih dan Albari (2012:30).

**Tabel 3.3. Indikator Metode Pembayaran (X2)**

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No item
Metode pembayaran (X2)	Kartu kredit.	Konsumen merasa aman dengan pembayaran melalui kartu kredit.	13
	Transfer antar bank.	Konsumen merasa dengan pembayaran melalui transfer	14
	Rekening bersama (rekbar)	Dengan menggunakan rekbar konsumen lebih mudah dalam melakukan transaksi.	15
	Cash On Delivey (COD).	Konsumen lebih memilih dengan melakukan pembayaran COD karena	16

		merasa aman.	
--	--	--------------	--

Sumber :Mohammad Rustam Sandegi (2017).

**Tabel 3.4***Endorsement(X3)*

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>No item</b>
<i>Endorsement (X3)</i>	<i>Explicit.</i>	Konsumen tertarik dengan produk karena endorseernya tampil dengan baik untuk menginklankan produk .	17
	<i>Implicit.</i>	Konsumen tertarik dengan produk karena endorseernya menggunakan produk ini.	18
	<i>Imperative.</i>	Konsumen tertarik dengan produk karena endorseernya menyarankan konsumen agar untuk menggunakan produk tersebut.	19
	<i>Co-presentattional.</i>	Konsumen tertarik dengan produk karena endorseernya menggunakan produk tersebut di dalam kehidupan sehari-harinya.	20

Sumber : Ankasanicara (2012:213 dalam Parengkuan dkk).

**Tabel 3.5***Perceived Value (X4)*

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sub Indikator</b>	<b>No item</b>
<i>Perceived value (X4)</i>	<i>Emosional value.</i>	Perasaan rileks yang dirasakan pelanggan saat berbelanja.	21
		Perasaan senang berkunjung ke suatu tempat.	22
	<i>Social value.</i>	Merasa bangga setelah berbelanja <i>online</i> .	23
		Dapat menceritakan pengalaman kepada orang lain.	24
	<i>Quality/Perfomance value.</i>	Standar kualitas dapat diterima sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.	25
		Kualitas dijalankan dengan konsisten.	26
	<i>Price/value of money</i>	Harga masuk akal.	27
		Harga sesuai dengan kualitas yang diterima oleh pelanggan.	28

Sumber :Sweeney dan Soutar dalam Tjiptono (2016:298)

**Tabel 3.6 Indikator Keputusan Pembelian (Y)**

Variabel	Indikator	Sub Indikator	No item
Keputusan pembelian (Y)	Pemilihan produk.	Membeli produk sesuai dengan manfaat konsumen.	29
		Membeli produk sesuai dengan kualitas.	30
	Pilihan brand (merk).	Membeli produk berdasarkan pengalaman.	31
		Membeli produk dengan membandingkan produk lain.	32
	Pemilihan penyalur (distribusi).	Membeli produk sesuai ketersediaan.	33
		Membeli produk sesuai kemudahan.	34
	Jumlah pembelian.	Membeli produk sesuai dengan kebutuhan.	35
		Membeli sesuai dengan syarat tertentu.	36
	Penentuan waktu kunjungan.	Dapat menyesuaikan waktu.	37
		Dapat mengkonsumsi produk kapan aja.	38
	Metode pembayaran.	Membeli produk karena banyak cara pembayaran yang bisa dilakukan.	39
		Membeli produk karena kemudahan dalam melakukan pembayaran.	40

Sumber : Kotler dan Keller (2012:161).

### 3.5. Metode Analisis Data

#### 3.5.1. Metode Pengolahan Data

Penelitian ini merupakan data kuantitatif, dimana data dinyatakan dalam bentuk angka, maka akan mudah diaplikasikan ke dalam data olahan SPSS (*Statistic product and Service Solution*)24.0 dengan tujuan mendapatkan hasil hitungan yang akurat. SPSS merupakan sebuah program komputer statistik yang berfungsi untuk membantu dalam memproses data statistik yang berfungsi untuk membantu dalam memproses data statistic secara tepat dan cepat, serta menghasilkan berbagai output yang dikehendaki oleh para pengambil keputusan.

### 3.5.2. Metode Penyajian Data

Dalam penelitian ini penyajian data yang telah diolah, kemudian diperoleh hasil atau output dari operasi perkalian, penjumlahan, pembagian, pengakaran, pemangkatan, serta pengurangan. Hasil pengolahan data akan disajikan dalam bentuk tabel, agar dapat dibaca dengan mudah dan cepat dipahami.

### 3.5.3. Penguji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas Instrumen

Pengujian validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Menurut Sugiyono (2013 : 267) validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah (data yang tidak berbeda) antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Dengan Rumus :

Uji validitas instrumen dilakukan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka kolom yang dilihat adalah kolom Corrected item-Total Correlation pada tabel item-Total Statistics hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Kriteria penilaian uji validitas adalah:

- Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka kuesioner tersebut valid
- Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka dapat dikatakan item kuesioner tidak valid

Sehingga faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik, dan sebaliknya jika nilai validitas lebih kecil dari 0,1986 instrumen penelitian dikatakan tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas adalah tingkat kehandalan kuesioner. Menurut Imam Ghazali, (2013) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Kuesioner yang reliable adalah kuesioner yang apabila dicoba secara berulang – ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama dengan asumsi tidak terdapat perubahan psikologis pada responden.

Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan One Shot Method dengan uji statistik Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ). Menurut Ghazali (2013) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha  $> 0,70$ . Sebaliknya jika nilai Cronbach's Alpha  $< 0,70$ , maka instrumen penelitian dari konstruk tersebut tidak reliabel.

### 3.5.4. Analisis Statistik Data

#### a. Analisis Koefisien Determinasi

Ghozali (2012 :97) menyatakan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi antara nol sampai satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Untuk mengukur variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun berganda, akan digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus :

$$KD = r^2 \times 100\% \dots\dots\dots(3.4)$$

Dimana :

KD = koefisien determinasi

$r^2$  = kuadrat koefisien korelasi

Kriteria untuk koefisien determinasi adalah :

- a. Jika  $kd$  mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* lemah
- b. Jika  $kd$  mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* kuat.

### b. Koefisien Determinasi Parsial

Uji ini dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen, dengan menganggap variabel independen konstan.

- Koefisien determinasi parsial  $X_1$  terhadap  $Y$  ( $X_2$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$  konstan)  $KD_{1.234} = r_{y1.234}^2 \times 100\%$  ..... (3.5)
- Koefisien determinasi parsial  $X_2$  terhadap  $Y$  ( $X_1$ ,  $X_3$ , dan  $X_4$  konstan)  $KD_{2.134} = r_{y2.134}^2 \times 100\%$  ..... (3.6)
- Koefisien determinasi parsial  $X_3$  terhadap  $Y$  ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_4$  konstan)  $KD_{3.124} = r_{y3.124}^2 \times 100\%$  ..... (3.7)
- Koefisien determinasi parsial  $X_4$  terhadap  $Y$  ( $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  konstan)  $KD_{4.123} = r_{y4.123}^2 \times 100\%$  ..... (3.8)

### c. Koefisien Determinasi Simultan

- $KD_{1.234} = r_{y1.234}^2 \times 100\%$  ..... (3.9)

### 3.5.5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, secara parsial maupun secara simultan. Dalam penelitian ini, pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien determinasi (KD). Nilai KD merupakan kuadrat dari nilai koefisien korelasi ( $r \rightarrow r^2$ ). Oleh karena, dalam pengujian hipotesis ini dilakukan pengujian terhadap .

#### a. Pengujian parsial (Ujit)

Uji t dilaksanakan untuk melihat signifikansi dari pengaruh independen secara individu (parsial) terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain bersifat konstan.

Tingkat signifikansinya ( Sig t) masing – masing variabel independen dengan taraf sig  $\alpha = 0,05$ . Apabila tingkat signifikansinya ( Sig t) lebih kecil daripada  $\alpha =$

0,05, maka hipotesisnya diterima yang artinya variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya. Sebaliknya bila tingkat signifikansinya ( Sig t ) lebih besar daripada  $\alpha = 0,05$ , maka hipotesisnya tidak diterima yang artinya variabel independen tersebut tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependennya. Jika dinyatakan secara statistik adalah sebagai berikut :

- a. Faktor keamanan dan privasi (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)
  - $H_0: \rho_{1.23} = 0$  (tidak ada pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian dalam *e-commerce* pada karyawan PT.Mandom Indonesia Tbk)
  - $H_a : \rho_{1.23} \neq 0$  (ada pengaruh faktor keamanan dan privasi terhadap keputusan pembelian dalam *e-commerce* pada karyawan PT.Mandom Indonesia Tbk)
- b. Metode pembayaran (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)
  - $H_0 : \rho_{2.13} = 0$  (tidak ada pengaruh metode pembayaran terhadap keputusan pembelian dalam *e-commerce* pada karyawan PT.Mandom Indonesia Tbk)
  - $H_a : \rho_{2.13} \neq 0$  (ada pengaruh metode pembayaran terhadap keputusan pembelian dalam *e-commerce* pada karyawan PT.Mandom Indonesia Tbk)
- c. *Endorsement* (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)
  - $H_0 : \rho_{3.12} = 0$  (tidak ada pengaruh *endorsement* terhadap keputusan pembelian dalam *e-commerce* pada karyawan PT.Mandom Indonesia Tbk)
  - $H_a : \rho_{3.12} \neq 0$  (ada pengaruh *endorsement* terhadap keputusan pembelian dalam *e-commerce* pada karyawan PT.Mandom Indonesia Tbk)
- d. *Perceived value* (X4) terhadap keputusan pembelian (Y)
  - $H_0 : \rho_{4.12} = 0$  (tidak ada pengaruh *perceived value* terhadap keputusan pembelian dalam *e-commerce* pada karyawan PT.Mandom Indonesia Tbk)
  - $H_a : \rho_{4.12} \neq 0$  (ada pengaruh *perceived value* terhadap keputusan pembelian dalam *e-commerce* pada karyawan PT.Mandom Indonesia Tbk)

Kriteria pengujian dengan huruf nyata (+ 5 % (0,05) adalah :  $H_0$  ditolak, jika nilai Significance  $t < 0,05$  dan,  $H_a$  diterima, jika nilai Significance  $t \geq 0,05$ .

## b. Pengujian Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel – variabel independen secara keseluruhan (simultan) terhadap variabel dependen. Rumus yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak. Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Caranya dengan melihat nilai yang tertera pada kolom F pada tabel Anova hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 24.0 tersebut. Untuk menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan, dengan rumus hipotesis, sebagai berikut :

$H_0: \rho_{1234} = 0$  (tidak ada pengaruh keamanan dan privasi, metode pembayaran, *endorsement*, *perceived value* terhadap keputusan pembelian dalam *e-commerce* pada karyawan PT.Mandom Indonesia Tbk)

$H_a: \rho_{1234} \neq 0$  (ada pengaruh keamanan dan privasi, metode pembayaran, *endorsement*, *perceived value* terhadap keputusan pembelian dalam *e-commerce* pada karyawan PT.Mandom Indonesia Tbk)

Kriteria Pengujian Hipotesis :

- a. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya seluruh variabel independen merupakan penjelas terhadap variabel dependen.
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya seluruh variabel independen bukan merupakan penjelas terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian dengan taraf nyata (+5 % (0,05) adalah :  $H_0$  ditolak, jika nilai Significance F < 0,05 dan,  $H_a$  diterima, jika nilai Significance F  $\geq$  0,05.