

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1. Desain Penelitian**

Menurut Sugiyono (2012: 2), metode penelitian dapat diartikan sebagai cara untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Penelitian kuantitatif menggunakan data yang berupa angka dan memakai statistik sebagai alat analisis data.

Teknik penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden dan menggunakan studi pustaka. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* dan *brand image* terhadap *purchase intention* pada PT Alpha Real Estate di Kota Batam.

### **3.2. Operasional Variabel**

Menurut Sugiyono (2012: 38), variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

### 3.2.1. Variabel Dependen

Menurut Noor (2012: 49), variabel terikat atau *dependent variable* merupakan faktor utama yang ingin dijelaskan atau diprediksi dan dipengaruhi oleh beberapa faktor lain, biasanya dinotasikan dengan Y. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *purchase intention*.

*Purchase intention* mempunyai beberapa indikator (Maulidina, 2018: 35), diantaranya sebagai berikut:

1. *Awareness* (Kesadaran).
2. *Interest* (Perhatian).
3. *Desire* (Keinginan).
4. *Action* (Tindakan).

### 3.2.2. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2012: 39), variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, *antecedent* atau variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Menurut Noor (2012:48), variabel bebas atau independen variabel merupakan sebab yang diperkirakan dari beberapa perubahan dalam variabel terikat, biasanya dinotasikan dengan simbol X. Variabel bebas atau variabel independen dalam penelitian ini adalah *electronic word of mouth* dan *brand image*.

Berikut adalah defenisi *electronic word of mouth* dan *brand image* dari variabel independen yaitu:

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Variabel X, Variabel M, dan Variabel Y. Variabel X= *electronic word of mouth* (eWOM), variabel M (mediasi)= *brand image*, dan Variabel Y= *purchase intention*.

Terdapat indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengukur *electronicword of mouth*(Laksmi dan Oktafani, 2016: 81), yaitu:

1. *Intensity*(Intensitas).
2. *Positive Valence*(Valensi Positif).
3. *Negative Valence*(Valensi Negatif).
4. *Content*(Isi).

Menurut Kotler dan Keller (2013:97), adapun indikator yang dapat digunakan untuk mengukur *brand image* adalah sebagai berikut:

1. *Brand Identity* (Identitas Merek).
2. *Brand Personality*(Personalitas Merek).
3. *Brand Association*(Asosiasi Merek).
4. *Brand Attitude dan Behavior* (Sikap dan Perilaku Merek).
5. *Brand Benefit and Competence*(Manfaat dan Keunggulan Merek).

**Tabel 3.1 Tabel Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
<i>Electronic word of mouth</i>	1. <i>Intensity</i> (Intensitas); 2. <i>Positive Valence</i> (Valensi Positif); 3. <i>Negative Valence</i> (Valensi Negatif); 4. <i>Content</i> (Isi). (Laksmi dan Oktafani, 2016: 81)	Skala Likert
<i>Brand image</i>	1. <i>Brand Identity</i> (Identitas Merek); 2. <i>Brand Personality</i> (Personalitas Merek); 3. <i>Brand Association</i> (Asosiasi Merek); 4. <i>Brand Attitude dan Behavior</i> (Sikap dan Perilaku Merek); 5. <i>Brand Benefit and Competence</i> (Manfaat dan Keunggulan Merek). Kotler dan Keller (2013:97)	Skala Likert
<i>Purchase intention</i>	1. <i>Awareness</i> (Kesadaran); 2. <i>Interest</i> (Perhatian); 3. <i>Desire</i> (Keinginan); 4. <i>Action</i> (Tindakan). (Maulidina, 2018: 35)	Skala Likert

### 3.3. Populasi dan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

Karakteristik populasi yang telah ditetapkan adalah pelanggan yang pernah membeli properti melalui PT Alpha Real Estate di Kota Batam yang berjumlah 246 orang, agar dapat dibandingkan dengan yang lain, dan dengan pertimbangan dapat memahami dan mengisi kuesioner dengan baik sehingga diharapkan memperoleh data yang valid.

#### 3.3.2. Sampel

Menurut Sanusi (2012: 95), teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu. Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan adalah menggunakan rumusan Slovin:

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

**Rumus 3.1 Slovin**

**Sumber:**Sanusi(2012:101)

Keterangan:

n = sampel

N = populasi

e = toleransi ketidaktelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tingkatkesalahan sebesar 5% atau 0,05.

Sehingga sampel dapat dihitung dengan cara:

$$n = \frac{246}{1 + 246 \times 0,05^2}$$

$$n = \frac{246}{1,615}$$

$$n = 152$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka responden pada penelitian ini adalah sebanyak 152responden.

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono(2012: 137), teknik pengumpulan data adalah salah satu aspek yang berperan penting dalam kelancaran dan keberhasilan suatu penelitian. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Dalam penelitian ini peneliti data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### 1. Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada respondennya, yaitu para pelanggan atau yang pernah membeli properti melalui PT Alpha Real Estate di Kota Batam.

#### 2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Peneliti menggunakan studi pustaka untuk memperoleh data sekunder.

Adapun alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah sebagai berikut:

#### 1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2012: 199), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam kuesioner ini nantinya terdapat rancangan pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap pernyataan merupakan jawaban-

jawaban yang mempunyai makna dalam menguji hipotesis. Peneliti menggunakan skala Likert dalam menyusun kuesioner ini. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Peneliti ini menggunakan sejumlah *statement* dengan 5 skala yang menunjukkan setuju terhadap *statement* tersebut.

**Tabel 3.2 Skala Likert**

<b>PERNYATAAN</b>	<b>BOBOT/PENILAAAN</b>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

**Sumber:**Sugiyono(2012: 94)

## 2. Studi Pustaka

Studi pustaka ini diperoleh dari buku-buku yang relevan dengan judul penelitian yaitu tentang pengaruh *electronic word of mouth* dan *brand image* terhadap *purchase intention* pelanggan, jurnal-jurnal terlebih dahulu dan membaca skripsi.

### 3.5. Metode Analisis Data

Selanjutnya setelah pengumpulan data mentah yang dikumpulkan dari lapangan maka tahapan analisis data. Pada tahapan ini data yang diolah sedemikian rupa sehingga berhasil disimpulkan kebenaran-kebenaran yang dapat dipakai untuk menjawab persoalan yang diajukan dalam penelitian. Analisis data dapat dibedakan menjadi dua yaitu analisa kualitatif dan analisa kuantitatif. Apabila data yang dikumpulkan hanya sedikit atau berwujud kasus-kasus maka

analisis yang dipakai kualitatif sedangkan apabila data yang dikumpulkan berjumlah besar dan mudah diklasifikasikan masuk ke dalam analisis kuantitatif.

### **3.5.1. Analisis Deskriptif**

Menurut Wibowo (2012:24), analisis deskriptif atau statistik deskriptif adalah statistik yang menjelaskan suatu data yang telah dikumpulkan dan diringkas pada aspek-aspek penting berkaitan dengan data tersebut. Biasanya meliputi gambaran atau mendeskripsikan hal-hal sebagai berikut dari suatu data: mean, median, modus, range, varian, frekuensi, nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi.

Menurut Sugiyono(2012: 147), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menyajikan informasi atau mendeskripsikan dari variabel independen yaitu *electronic word of mouth* dan *brand image* serta variabel dependen yaitu *purchase intention*.

### **3.5.2. Uji Kualitas Data**

Dalam penelitian ini, peneliti akan mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner untuk pengujian kualitas terhadap data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel, karena kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas hasil penelitian. Pengujian validitas dan reliabilitas adalah sebagai berikut.

### 3.5.2.1. Uji Validitas

Menurut Sunyoto (2012: 168) uji validitas adalah uji yang dimaksudkan untuk menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau sejauh mana alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang atau tidak valid memiliki validitas yang rendah. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud. Dari uji ini dapat diketahui apakah item-item pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur keadaan responden yang sebenarnya dan menyempurnakan kuesioner tersebut. Dalam menentukan kelayakan dan tidaknya suatu item yang akan digunakan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf 0,05 artinya suatu item dianggap memiliki tingkat keberterimaan atau valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item.

Berikut Tabel yang menggambarkan range validitas:

**Tabel 3.3 Range Validitas**

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40- 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 - 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Wibowo(2012: 36)

Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan Korelasi *Bivariate Pearson* (*Pearson Product Moment*). Analisis ini dilakukan untuk mengorelasi

skor masing-masing item dengan skor totalnya. Jumlah nilai dari keseluruhan item merupakan skor total dari item tersebut. Menurut Wibowo (2012:36) suatu item yang memiliki korelasi yang signifikan dengan skor totalnya dapat diartikan bahwa item tersebut memiliki arti mampu memberikan dukungan dalam mengungkapkan apa yang ingin diteliti oleh peneliti.

Besaran nilai koefisien korelasi *product moment* dapat diperoleh dengan rumus seperti di bawah ini:

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

**Rumus 3.2 Pearson Product Moment**

**Sumber:** Wibowo(2012: 36)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

x = jumlah skor item

y = jumlah skor total instrumen

n = jumlah sampel

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan 0,05 (SPS akan secara *default* menggunakan nilai ini). Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, jika:

1. Jika r hitung > r tabel (uji dua sisi dengan nilai sig. 0,05) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.

2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (uji dua sisi dengan nilai sig. 0,05) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

### 3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2012: 74), uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel belum valid, tetapi instrumen yang valid sudah tentu reliabel. Tetapi uji realibilitas tetap perlu dilakukan.

Dalam uji reabilitas yang paling sering digunakan dan begitu umum untuk uji instrumen pengumpulan data yaitu metode *Cronbach's Alpha*. Dalam metode ini sangat populer dan *commonly* digunakan pada skala Likert (*scoring scale*), misalnya pengukuran dengan skala 1-5, 1-7. Uji ini dengan menghitung koefisien alpha. Data dikatakan reliabel apabila  $r$  alpha positif dan  $r$  alpha  $>$   $r$  tabel  $df = (\alpha, n-2)$ . Untuk mencari besaran angka reabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dapat digunakan suatu rumus sebagai berikut:

$$r_{II} = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum ab^2}{at^2} \right] \quad \text{Rumus 3.3 Cronbach's Alpha}$$

**Sumber:**Wibowo(2012: 52)

Dimana:

$r_{II}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  =Jumlah butir pertanyaan

$\sum ab^2$  =Jumlah varian pada butir

$at^2$  = Varian total

Uji nilai akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan 0,05 (SPSS akan secara *default* menggunakan nilai ini). Kriteria diterima dan tidaknya suatu data reliabel atau tidak jika:

1. Nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis *product moment*, atau nilai  $r$  tabel.
2. Dapat pula dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu, misalnya 0,6 dianggap memiliki reliabilitas yang cukup, sedangkan nilai 0,7 dapat diterima dan nilai di atas 0,8 dianggap baik.

Beberapa peneliti berpengalaman merekomendasikan dengan caramembandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas berikut ini:

**Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas**

No	Nilai Interval	Kriteria
1	< 0,20	Sangat Rendah
2	0,20 - 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

**Sumber:**Wibowo(2012: 53)

### 3.5.3. Uji Asumsi Klasik

#### 3.5.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan histogram *regression residual*, grafik normal *probability plots*, dan *scatter plot* dengan dasar pengambilan keputusan:

1. Berdasarkan histogram *regression residual*, disimpulkan model memiliki distribusi normal jika bentuk kurva menyerupai lonceng, *bell shaped*.
2. Diagram normal P-P plot *regression standardized*, keberadaan titik-titik berada pada sekitar garis dan pada *scatter plot* nampak menyebar, hal ini menunjukkan model berdistribusi normal.
3. Keberadaan titik-titik pada *scatter plot* menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu X dan Y, maka data dinyatakan memenuhi asumsi normalitas. Tampilan ini menunjukkan bahwa model berdistribusi normal.

Penelitian ini juga menggunakan nilai Kolmogorov-Smirnov. Menurut Wibowo(2012: 62-69), kurva nilai *Residual* terstandarisasi dikatakan normal jika: Nilai *Kolmogorov-Smirnov*  $Z < Z_{tabel}$ ; atau menggunakan Nilai *Probability sig*(2 tailed)  $> \alpha$ ;  $\text{sig} > 0.05$ .

### 3.5.3.2. Uji Multikolinieritas

Menurut Sanusi (2012: 136), dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinieritas, maksudnya tidak boleh ada kolerasi atau hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut. Jika ada pada model persamaan tersebut terjadi gejala multikolinieritas itu berarti sesama variabel bebasnya terjadi korelasi. Salah satu cara untuk mendeteksi gejala multikolinieritas adalah dengan menggunakan atau melihat tool uji yang disebut *Variance Inflation Factor (VIF)*. Caranya adalah dengan melihat nilai masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIF kurang dari 10, itu menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinieritas, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas.

### 3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Prayitno (2012: 85), uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya heteroskedastisitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya, yaitu uji *spearman'srho*, uji Glejser, uji Park, dan melihat pola grafik regresi. Pada pembahasan ini akan dilakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *spearman'srho*, yaitu mengkorelasikan nilai residual (*Unstandardized Residual*) dengan masing-masing variabel independen. Jika Signifikan kolerasi kurang dari 0,05 maka pada model regresi terjadi masalah heteroskedastisitas.

### 3.5.4. Uji Pengaruh

#### 3.5.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Prayitno(2012: 127), analisis uji regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama dengan  $\alpha = 0,05$  dan juga penerimaan atau penolakan hipotesis yang dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 \dots + b_nx_n$$

**Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda**

**Sumber:**Prayitno(2012: 127)

Keterangan:

Y = Nilai prediksi variabel dependen

a = Konstanta persamaan regresi

b1,b2 = Koefisien regresi

X1,X2 = Variabel independen

#### 3.5.4.2. Analisis Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Wibowo (2012: 136), analisis ini digunakan untuk mengetahui jumlah data persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Jadi koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya dalam arti koefisien

tersebut untuk mengukur besar sumbangan dari variabel X (bebas) terhadap keragaman variabel Y (terikat).

Analisis determinasi digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersamaan memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Jadi koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Koefisien tersebut dapat diartikan sebagai besaran proporsi atau persentase keragaman Y (variabel terikat) yang diterangkan oleh X (variabel bebas). Secara singkat koefisien tersebut untuk mengukur besar sumbangan (beberapa buku menyatakan sebagai pengaruh) dari variabel bebas terhadap keragaman variabel terikat.

Rumus mencari koefisien determinasi (KD) secara umum adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{\text{Sum of squares Regression}}{\text{Sum of Squares Total}}$$

**Rumus 3.5 Koefisien Determinasi**

**Sumber:**Wibowo (2012: 136)

### 3.5.5. Rancangan Uji Hipotesis

Menurut (Soeratno, 2010: 22), hipotesis adalah suatu kesimpulan yang sifatnya masih sementara atau jawaban sementara terhadap perumusan masalah dalam suatu penelitian. Hipotesis ini dapat dimunculkan untuk menduga suatu kejadian tertentu dalam suatu bentuk persoalan yang dianalisis dengan menggunakan analisis regresi. Jadi dalam konsep penelitian sebuah hipotesis sangat mengarahkan penelitian kepada rumus masalah yang penelitian tersebut

akan dicarikan jawabannya. Berikut merupakan alur dari proses penuangan ide dan penyelesaian masalah penelitian hingga munculnya hipotesis penelitian yang mendasarkan pada metode ilmiah, metode ilmiah tersebut berupa kegiatan:

1. Mengidentifikasi masalah yang ada
2. Merumuskan masalah yang ada
3. Merumuskan hipotesis
4. Menguji hipotesis
5. Membuat kesimpulan

Menurut Wibowo (2012: 124) uji hipotesis dapat menggunakan dua cara, yaitu dengan menggunakan tingkat signifikan atau probabilitas dan tingkat kepercayaan. Jika dilakukan dengan tingkat signifikan kebanyakan penelitian menggunakan 0,05.

Dalam melakukan sesuatu penelitian, biasanya terdapat dua uji hipotesis yaitu hipotesis nul atau hipotesis  $H_0$  dan hipotesis alternatif atau  $H_a$ . Hipotesis penelitian biasanya dibagi menjadi dua jenis yaitu:

1. Hipotesis *directional one tailed test hypothesis*, merupakan hipotesis yang memberikan atau menunjukkan arah jawaban dari hipotesis penelitiannya (hipotesis alternatif), apakah lebih kecil dari (<) atau lebih dari (>).
2. Hipotesis *non directional* disebutkan juga *two tailed test hypothesis* merupakan arah dari jawaban atas hipotesis penelitiannya ( $H_a$ ).

Hipotesis nul adalah pernyataan yang menunjukkan tidak adanya perubahan atau perbedaan, penelitian harus selalu mengingat apa yang menjadi masalah

dantelah dirumuskan dalam rumusan masalahnya. Pengujian hipotesis yang dilakukan akan memperlihatkan hal-hal sebagai berikut:

1. Uji hipotesis merupakan uji dengan data sampel.
2. Uji akan menghasilkan keputusan menolak hipotesis atau sebaliknya menerima hipotesis.
3. Nilai uji dilihat dengan menggunakan nilai f dan nilai t.
4. Pengambilan kesimpulan dilakukan melihat gambar atau kurva, untuk melihat daerah tolak dan daerah suatu hipotesis nul.

Rancangan hipotesis dalam penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. *Electronic word of mouth* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *purchase intention* pelanggan pada PT Alpha Real Estate di Kota Batam.
2. *Brand image* berpengaruh positif signifikan terhadap *purchase intention* pelanggan PT Alpha Real Estate di Kota Batam.
3. *Electronic word of mouth* dan *Brand image* secara simultan berpengaruh positif yang signifikan terhadap *purchase intention* pelanggan pada PT Alpha Real Estate di Kota Batam.

### 3.5.5.1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelassecara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Rumusnya adalah:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

**Rumus 3.6 t Hitung**

**Sumber:** Sugiyono (2012: 215)

Keterangan:

$t$  = Nilai  $t$  hitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan tabel

$r$  = Korelasi parsial yang ditemukan

$n$  = Jumlah sampel

Dasar pengambilan keputusan pengujian adalah

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak

$H_0$  = *Electronic word of mouth* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*

$H_1$  = *Electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*

$H_0$  = *Brand image* kerja tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*

$H_1$  = *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*

### 3.5.5.2. Uji F (Uji Signifikan Simultan)

Uji F dilakukan dengan tujuan menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Rumus untuk mencari Uji F sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{SSR/k}{SSE/[n-(k+1)]} \quad \text{Rumus 3.7 F Hitung}$$

**Sumber:** Sanusi (2012: 244)

Keterangan:

SSR = Rata-rata kuadrat regresi

SSE = Rata-rata kuadror

Hipotesis statistik dinyatakan dengan:

$H_0 = b_1 = b_2 = b_3 = 0$  (proporsi variasi dalam variabel tergantung (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas tidak signifikan).

$H_1 =$  Minimal satu koefisien dari  $b_1 \neq 0$  (proporsi variasi dalam variabel tergantung (Y) yang dijelaskan secara bersama-sama oleh variabel bebas signifikan)

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  [5%; df= k; n-(k+1)] maka  $H_0$  diterima

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  [5%; df= k; n-(k+1)] maka  $H_0$  ditolak

### 3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

#### 3.6.1. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini adalah PT. Alpha Real Estate yang beralamat Oceanic Bliss Cluster Avante Townhouse Blok A7 no. 10 di Kota Batam.

#### 3.6.2. Jadwal Penelitian

Kegiatan	Tahun / Pertemuan ke / Bulan													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	Sep	Okt	Okt	Okt	Okt	Nop	Nop	Nop	Des	Des	Des	Jan	Jan	Jan
Perancangan														
Studi Pustaka														
Penentuan Model Penelitian														
Penyusunan Kuesioner														

