



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian dengan judul “Pengaruh *Online Review* (E-WOM) di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Menonton Film NKCTHI” menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan penelitian yang dapat melakukan generalisasi hasil dari suatu masalah dan mementingkan keluasan data, sehingga hasil penelitian dianggap sebagai representasi dari seluruh populasi (Kriyantono, 2014, p. 55). Sedangkan, menurut Creswell (2018, p. 136) penelitian pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang menguji hubungan antar variabel yang pada umumnya menggunakan survei.

Tujuan dari penelitian kuantitatif adalah untuk membuktikan teori atau hipotesis penelitian, menerima atau menolak teori, dengan menggunakan data (Kriyantono, 2014, p. 56). Melalui pengumpulan data di lapangan, dapat dilakukan konfirmasi atau pembuktian terhadap teori maupun konsep yang digunakan sebagai landasan atau dasar penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena ingin mengetahui apakah ada pengaruh antara *online review* (E-WOM) melalui Instagram terhadap minat menonton suatu film, serta mengukur seberapa besar pengaruh yang dihasilkan antar variabel, baik memiliki pengaruh yang besar maupun kurang besar.

Sifat yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksplanatif, yaitu untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel, dengan mencoba membahas mengapa suatu situasi atau fenomena dapat terjadi dan apa pengaruhnya (Kriyantono, 2014, p. 60). Penelitian ini memilih sifat eksplanatif dengan tujuan menjelaskan pengaruh antara dua variabel, yaitu *online review* atau E-WOM sebagai variabel X (independen) dan minat menonton sebagai variabel Y (dependen).

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan survei sebagai metode dari penelitian kuantitatif ini. Menurut Creswell (2018, p. 147) metode survei merupakan metode yang memberikan deskripsi kuantitatif, sikap, atau pendapat tentang hubungan antar variabel dalam suatu populasi, dengan mempelajari sampel dari populasi tersebut. Survei diadakan dengan memberikan sejumlah pertanyaan untuk mengukur variabel, yang kemudian pertanyaan tersebut akan dijawab oleh seluruh responden (Neuman, 2014, p. 193).

Dalam rangka memperoleh informasi responden yang dapat mewakili populasi, digunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pada metode survei (Kriyantono, 2014, p. 59). Penggunaan kuesioner sebagai instrumen utama dalam metode survei membuat proses pengumpulan dan analisis data menjadi terstruktur dan detail. Kuesioner ini akan menghasilkan informasi dari sejumlah responden yang dianggap dapat mewakili populasi. Penelitian ini melakukan penyebaran kuesioner kepada

responden untuk mengumpulkan data, sehingga dapat diketahui apakah ada pengaruh antara *online review* (E-WOM) melalui media sosial Instagram terhadap minat menonton film NKCTHI.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (Kriyantono, 2014, p. 151) populasi merupakan objek ataupun subjek yang telah ditetapkan untuk dipelajari, serta memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu. Secara singkat populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang diteliti. Populasi dapat berupa orang, organisasi atau komunitas, kata-kata dan kalimat, simbol-simbol non verbal, surat kabar, radio, televisi, iklan, dan masih banyak lagi.

Dalam penelitian ini, populasi yang akan diteliti adalah pengikut akun Instagram @filmnkcthi, yaitu sebanyak 51.500 pengikut pada Mei 2020. Pemilihan populasi ini didasari pada tujuan penelitian ini yang ingin mengetahui pengaruh *online review* (E-WOM) di media sosial Instagram terhadap minat menonton film NKCTHI.

3.3.2 Sampel

Suatu penelitian kuantitatif tidak perlu untuk meneliti seluruh jumlah populasi yang ada. Sampel cukup dipilih dari sebagian dari populasi tersebut dengan syarat harus memenuhi unsur representatif atau mewakili sifat-sifat dari keseluruhan populasi yang diteliti (Kriyantono, 2014, p. 151).

Sedangkan menurut Rakhmat (2012, p. 78), sampel merupakan bagian yang diamati pada sebuah penelitian.

Menurut Malhotra, Nunan, dan Birks (2017, p. 419) terdapat dua jenis teknik pengambilan sampel, yaitu sampel probabilitas dan sampel non-probabilitas. Sampel probabilitas merupakan teknik pengambilan sampel yang dipilih secara kebetulan dengan menentukan lebih dahulu setiap sampel potensial, melalui ukuran tertentu yang dapat diambil dari populasi, seperti *simple random sampling*, *systematic sampling*, *stratified sampling*, dan *cluster sampling*.

Sedangkan, sampel non-probabilitas lebih bergantung pada penilaian pribadi dan bukan pada kesempatan untuk memilih elemen sampel. Contoh teknik sampel non-probabilitas adalah *judgemental sampling*, *quota sampling*, *convenience sampling*, dan *snowball sampling*. Penelitian ini memilih untuk menggunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas, khususnya *judgemental sampling*. *Judgemental sampling* merupakan bentuk dari *convenience sampling* yang memungkinkan elemen populasi dipilih berdasarkan pada penilaian atau kriteria tertentu.

Setiap elemen sampel dapat ditentukan sesuai dengan kriteria, karena diyakini bahwa mereka mewakili populasi yang diminati (Malhotra, Nunan, & Birks, 2017, p. 421). Teknik ini juga digunakan jika jumlah populasi penelitian sulit untuk dijangkau (Neuman, 2014, p. 169). Kriteria sampel yang ditentukan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Pengikut akun Instagram @filmnkcthi

2. Berusia 18-34 tahun
3. Jenis kelamin laki-laki dan perempuan
4. Pernah membaca *review* film NKCTHI melalui Instagram

Fokus penelitian ini pada dasarnya berada dalam ruang lingkup pemasaran, yaitu *Electronic Word of Mouth*. Menurut Malhotra, Nunan, dan Birks (2017, p. 418) menyatakan bahwa terdapat standar bagi jumlah sampel dalam lingkup penelitian pemasaran dengan minimal sampel 200 dan *typical range* 300-500. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil sampel sebanyak 300 orang.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel merupakan segala hal dari bidang keilmuan tertentu yang akan dipelajari dalam suatu penelitian, sehingga dapat diperoleh informasi dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015, p. 60). Menurut Punch (2012, p. 67) terdapat dua macam variabel yang sering digunakan dalam sebuah penelitian, yaitu variabel independen (penyebab) dan variabel dependen (akibat).

Variabel independen merupakan variabel yang dianggap sebagai penyebab atau pendahulu yang dapat memengaruhi sebuah variabel dependen. Sedangkan, variabel dependen merupakan variabel yang dianggap sebagai akibat atau suatu yang dipengaruhi oleh variabel pendahulunya, yaitu variabel independen (Sugiyono, 2015, p. 61). Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel *online review* atau

E-WOM sebagai variabel dependen (X) dan variabel minat menonton film sebagai variabel independen (Y). Dengan indikator sebagai berikut:

Tabel 3 1 Operasionalisasi Variabel *Electronic Word of Mouth* (X)

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Skala
<i>Electronic Word of Mouth</i> (Goyette et al, 2010)	<i>Intensity</i>	Frekuensi unggahan informasi tentang film NKCTHI di Instagram	Sinopsis film NKCTHI sering diunggah di Instagram	Likert
			Daftar pemeran film NKCTHI sering diunggah di Instagram	
			Informasi seputar sutradara film NKCTHI sering diunggah di Instagram	
			Informasi tentang lokasi bioskop yang menayangkan film NKCTHI sering diunggah di Instagram	
			Informasi tentang jadwal tayang film NKCTHI sering diunggah di Instagram	
		Frekuensi <i>review</i> film NKCTHI yang ditulis di Instagram	<i>Review</i> tentang film NKCTHI sering muncul di akun Instagram @filmnkcthi	
			<i>Review</i> tentang film NKCTHI sering muncul di akun Instagram <i>public figure</i> (aktris/aktor/ <i>influencer</i>)	
			<i>Review</i> tentang film NKCTHI sering muncul di akun Instagram teman-teman	
		Frekuensi interaksi	Pengguna Instagram	

		antar pengguna Instagram yang membahas film NKCTHI	sering berdiskusi membahas film NKCTHI Pengguna Instagram sering saling bertukar informasi mengenai film NKCTHI	
<i>Valence of Opinion</i>	<i>Review</i> positif film NKCTHI yang disampaikan di Instagram		Terdapat <i>review</i> positif film NKCTHI di Instagram Terdapat <i>review</i> yang berisi rekomendasi film NKCTHI di Instagram	Likert
	<i>Review</i> negatif film NKCTHI yang disampaikan di Instagram		<i>Review</i> negatif tentang film NKCTHI di Instagram penting	
<i>Content</i>	Informasi tentang kualitas film NKCTHI melalui <i>review</i> di Instagram		Terdapat informasi tentang jumlah <i>rating</i> film NKCTHI melalui <i>review</i> di Instagram Terdapat informasi tentang kualitas visual film NKCTHI melalui <i>review</i> di Instagram Terdapat informasi tentang kualitas cerita film NKCTHI melalui <i>review</i> di Instagram Terdapat informasi tentang kualitas <i>acting</i> para pemeran film NKCTHI melalui <i>review</i> di Instagram	Likert
	Informasi tentang variasi (unsur) dalam film NKCTHI melalui <i>review</i> di Instagram		Terdapat informasi tentang sinopsis/inti cerita film NKCTHI melalui <i>review</i> di Instagram Terdapat informasi tentang <i>genre</i> /tema film NKCTHI melalui <i>review</i> di Instagram Terdapat informasi tentang sutradara film	

			NKCTHI melalui <i>review</i> di Instagram	
			Terdapat informasi tentang pemeran film NKCTHI melalui <i>review</i> di Instagram	
			Terdapat informasi tentang karakter tokoh dalam film NKCTHI melalui <i>review</i> di Instagram	

Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Tabel 3 2 Operasionalisasi Variabel Minat Beli/Menonton (Y)

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan Kuesioner	Skala
Minat Beli Menurut Ferdinand (2019, p. 190)	Minat Transaksional	Kecenderungan untuk menonton film NKCTHI yang didasari oleh unsur film	Saya berminat untuk menonton karena sinopsis cerita film NKCTHI	Likert
			Saya berminat untuk menonton karena pemeran film NKCTHI	
			Saya berminat untuk menonton karena karakter tokoh film NKCTHI	
			Saya berminat untuk menonton karena sutradara film NKCTHI	
			Saya berminat untuk menonton karena genre film NKCTHI	
	Minat Referensial	Kecenderungan mereferensikan film NKCTHI berdasarkan unsur film	Saya berminat merekomendasikan orang lain untuk menonton film NKCTHI karena	Likert

			sinopsis ceritanya	
			Saya berminat merekomendasikan orang lain untuk menonton film NKCTHI karena pemerannya	
			Saya berminat merekomendasikan orang lain untuk menonton film NKCTHI karena karakter tokohnya	
			Saya berminat merekomendasikan orang lain untuk menonton film NKCTHI karena sutradaranya	
			Saya berminat merekomendasikan orang lain untuk menonton film NKCTHI karena genrenya	
Minat Preferensial	Film NKCTHI sebagai preferensi utama dalam menonton yang didasari oleh unsur film	Saya lebih berminat untuk menonton film NKCTHI dibandingkan film lainnya	Saya menunggu jadwal tayang film NKCTHI	Likert
		Saya lebih memilih untuk menonton film NKCTHI karena pemerannya		
		Saya lebih memilih untuk menonton film NKCTHI karena sutradaranya		
		Saya lebih memilih untuk		

			menonton film NKCTHI karena karakter tokohnya	
			Saya lebih memilih untuk menonton film NKCTHI karena sinopsis ceritanya	
			Saya lebih memilih untuk menonton film NKCTHI karena genrenya.	
	Minat Eksploratif	Kecenderungan untuk mencari informasi film NKCTHI berdasarkan unsur film	Saya mencari informasi tentang sinopsis film NKCTI	Likert
			Saya mencari informasi tentang pemeran film NKCTHI	
			Saya mencari informasi tentang karakter tokoh pada film NKCTHI	
			Saya mencari informasi tentang sutradara film NKTCHI	
			Saya mencari informasi tentang genre film NKCTHI	

Sumber: Olahan Peneliti, 2020

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data menjadi salah satu unsur yang penting dalam sebuah penelitian, sehingga harus diolah dengan teknik atau metode yang tepat untuk mendapatkan hasil yang akurat. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data

harus dipilih sesuai dengan penelitian. Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data (Kriyantono, 2014, p. 95). Dalam penelitian ini terdapat dua jenis cara untuk memperoleh data, yaitu data primer dan sekunder.

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan dari lapangan melalui penyebaran kuesioner, wawancara, serta observasi subjek atau objek penelitian (Kriyantono, 2014, p. 41). Penelitian ini memilih untuk menyebarkan kuesioner yang ditujukan kepada para pengikut akun Instagram resmi @filmnkcthi, baik laki-laki atau perempuan, berusia 18 sampai 34 tahun, dan pernah melihat *review* film NKCTHI di Instagram. Hasil data yang diperoleh dari kuesioner tersebut diukur dengan menggunakan skala Likert 1-4.

Tabel 3.3 Skala Likert

Nilai	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Setuju
4	Sangat Setuju

Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Pemilihan empat nilai skala Likert tersebut bertujuan untuk menghilangkan satu nilai ditengah yang memiliki keterangan “netral”. Menurut Kriyantono (2014, p. 137), dengan adanya jawaban netral membuat responden cenderung memilih jawaban tersebut, sehingga banyak

data penelitian yang diperlukan hilang. Dengan meniadakan jawaban netral, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan jawaban yang pasti, yaitu “Ya” atau “Tidak”.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data untuk melengkapi data primer yang diperoleh dari sumber kedua atau sekunder (Kriyantono, 2014, p. 42). Dalam penelitian ini menggunakan referensi dari buku, jurnal, karya ilmiah, dan sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan topik penelitian ini, yaitu *Electronic Word of Mouth* dan minat beli atau menonton.

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah pertanyaan pada instrumen penelitian, yaitu kuesioner benar-benar dapat mengukur apa yang ingin diukur (Ghozali, 2018, p. 52). Menurut Kriyantono (2014, p. 141) alat ukur yang digunakan untuk mengukur sifat objek penelitian harus tepat agar mampu menghasilkan validitas.

Terdapat beberapa langkah untuk melakukan uji validitas menurut Kriyantono (2014, p. 149), yaitu:

1. Melakukan definisi operasional suatu konsep yang akan diukur
2. Melakukan uji coba terhadap sejumlah responden
3. Melakukan perhitungan korelasi terhadap setiap pernyataan dengan menggunakan rumus *product moment*.

Dalam rangka melakukan uji validitas untuk penelitian ini, dilakukan *pre-test* kuesioner secara *online* kepada 30 orang responden yang sesuai dengan syarat sampel penelitian ini, yaitu merupakan pengikut akun Instagram @filmnkcthi, berusia 18-34 tahun, dan pernah melihat *review* film NKCTHI di Instagram. Kemudian, digunakan aplikasi SPSS versi 25 untuk melakukan uji validitas. Uji validitas ini dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel. Setiap pernyataan akan dianggap valid, ketika nilai *r* hitung positif dan lebih besar dari nilai *r* tabel, yaitu 0,361 (Ghozali, 2018, p. 52). Berikut ini adalah hasil dari uji validitas penelitian ini:

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X

Item Pernyataan	Nilai Pearson Correlation (<i>r</i> hitung)	<i>r</i> tabel	Keterangan
X1	0,584	0,361	VALID
X2	0,569		VALID
X3	0,645		VALID
X4	0,393		VALID
X5	0,691		VALID
X6	0,411		VALID
X7	0,558		VALID
X8	0,819		VALID
X9	0,822		VALID
X10	0,640		VALID
X11	0,617		VALID
X12	0,531		VALID
X13	0,392		VALID
X14	0,670		VALID
X15	0,809		VALID
X16	0,432		VALID
X17	0,720		VALID
X18	0,714		VALID
X19	0,573		VALID
X20	0,590		VALID

X21	0,675		VALID
X22	0,696		VALID

Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan hasil data pada tabel 3.4, dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan yang berkaitan dengan variabel X (*Electronic Word of Mouth*) yang berjumlah 22 butir, memiliki nilai *Pearson Correlation* (r hitung) yang positif dan lebih besar dari nilai r tabel (0,361). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel X valid.

Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Y

Item Pernyataan	Nilai Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Y1	0,369	0,361	VALID
Y2	0,781		VALID
Y3	0,715		VALID
Y4	0,714		VALID
Y5	0,619		VALID
Y6	0,669		VALID
Y7	0,650		VALID
Y8	0,671		VALID
Y9	0,691		VALID
Y10	0,487		VALID
Y11	0,756		VALID
Y12	0,735		VALID
Y13	0,589		VALID
Y14	0,821		VALID
Y15	0,795		VALID
Y16	0,831		VALID
Y17	0,483		VALID
Y18	0,725		VALID
Y19	0,815		VALID
Y20	0,749		VALID
Y21	0,855		VALID
Y22	0,639		VALID

Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan hasil data pada tabel 3.5, dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan yang berkaitan dengan variabel Y (Minat Menonton) yang berjumlah 22 butir, memiliki *nilai Pearson Correlation* (r hitung) yang positif dan lebih besar dari nilai r tabel (0,361). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel Y valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Sebuah alat ukur (kuesioner) dapat dikatakan reliabel apabila alat ukur tersebut dapat memberikan hasil yang konsisten, artinya memberikan jawaban yang sama, terhadap gejala yang sama, walau digunakan berulang kali (Kriyantono, 2014, p. 143). Reliabilitas memiliki arti bahwa alat ukur tersebut stabil (tidak berubah-ubah), dapat diandalkan (*dependable*), dan tetap (*consistent*). Menurut Punch (2012, p. 95) bila sebuah alat ukur penelitian (kuesioner) diberikan kepada orang yang sama, di dalam keadaan yang sama, tetapi dalam waktu yang berbeda dan memberikan hasil yang stabil, maka dapat dikatakan reliabel.

Menurut Ghozali (2018) terdapat dua cara untuk melakukan uji reliabilitas, yaitu:

1. Pengukuran Ulang, pengukuran ini meminta responden yang sama untuk menjawab seluruh pernyataan pada kuesioner sebanyak dua kali, tetapi dalam jangka waktu yang tidak dekat. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi dari jawaban responden.

2. Pengukuran Sekali Saja, pengukuran ini hanya dilakukan satu kali dengan melihat hasilnya yang akan diukur melalui korelasi antar jawaban pertanyaan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) pada aplikasi SPSS.

Penelitian ini menggunakan pengukuran sekali saja untuk melakukan uji reliabilitas. Dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 untuk mengukur korelasi antar jawaban responden, melalui perbandingan hasil yang diperoleh dengan pernyataan lainnya. Menurut Nunnally, suatu variabel dikatakan reliabel bila nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70 (Ghozali, 2018, p. 48).

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.924	22

Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan data pada tabel 3.6 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* yang mewakili variabel X (*Electronic Word of Mouth*), yaitu sebesar 0,924. Hasil ini lebih besar dari 0,70, sehingga variabel X dapat dikatakan reliabel.

Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.949	22

Sumber: Olahan Peneliti, 2020

Berdasarkan data pada tabel 3.7 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* yang mewakili variabel Y (Minat Menonton), yaitu sebesar 0,949. Hasil ini lebih besar dari 0,70, sehingga variabel Y dapat dikatakan reliabel.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji variabel pengganggu atau residual apakah terdistribusi normal atau tidak dalam model regresi. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov yang juga memperlihatkan grafik histogram atau biasa disebut sebagai *probability plot*. Data diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

Suatu data dianggap normal bila memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sedangkan, apabila penyebaran titik data berada atau mendekati garis diagonal dan grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka data tersebut dianggap normal. Sebaliknya, bila penyebaran titik data jauh dari garis diagonal dan pola grafik histogramnya menunjukkan distribusi tidak normal, maka data tersebut dapat dikatakan

tidak normal (Ghozali, 2018, p. 163).

3.7.2 Uji Koefisien Korelasi

Menurut Ghozali (2018, p. 95) uji koefisien korelasi berfungsi untuk menguji kekuatan linear dari dua variabel. Uji koefisien korelasi ini diperlukan dalam penelitian ini untuk menentukan apakah sebuah hipotesis yang berkaitan dengan hubungan antara dua variabel dapat diterima atau ditolak. Menurut Kriyantono (2014, p. 173) terdapat tiga jenis uji koefisien korelasi, yaitu Korelasi Pearson (*product moment*), Korelasi Rank- Order (*Spearman's Rho Rank-Order Correlations*), dan Korelasi Contingency C (*Pearson's C*).

Penelitian ini menggunakan Korelasi Pearson (*product moment*) untuk menguji korelasi. Terdapat beberapa tingkatan koefisien korelasi pada Korelasi Pearson (*product moment*), ialah sebagai berikut:

Tabel 3.8 Tingkat Koefisien Korelasi

Koefisien Korelasi	Tingkat Korelasi
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2012

3.7.3 Uji Regresi Linear Sederhana

Korelasi dan regresi memiliki keterkaitan yang erat, setiap regresi pasti memiliki korelasi. Analisis regresi dapat dilakukan apabila korelasi

antara dua variabel memiliki hubungan kausal atau sebab akibat (Kriyantono, 2014, p. 181). Menurut Mustikoweni regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih melalui rumus fungsi atau persamaan (Kriyantono, 2014, p. 181).

Pada penelitian ini menggunakan uji regresi linear sederhana yang bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel X terhadap variabel Y, dengan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel tidak bebas X = variabel bebas

a = nilai konstan atau harga Y bila X = 0 b = koefisien regresi.

3.7.4 Uji Hipotesis

Sugiyono (2015, p. 59) mendefinisikan hipotesis sebagai jawaban atau dugaan sementara dari rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hasil hipotesis ini akan dibuktikan melalui dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur terdapat atau tidak pengaruh *online review* (E-WOM) terhadap minat menonton film NKCTHI dengan hipotesis sebagai berikut:

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara *online review* (E-WOM) di media sosial Instagram terhadap minat menonton film NKCTHI.

Ha: Terdapat pengaruh antara *online review* (E-WOM) di media sosial Instagram terhadap minat menonton film NKCTHI.