

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam suatu penelitian, data yang dihasilkan dapat dikelompokkan ke dalam dua jenis data, yaitu data kuantitatif atau kualitatif (Sinambela, 2014, p. 13).

Menurut Yusuf (2014, p. 58), pendekatan kuantitatif memandang perilaku manusia dan realitas sosial sebagai sesuatu yang dapat diprediksi, sehingga mampu menghasilkan sesuatu yang objektif dan dapat diukur. Penelitian kuantitatif akan menggunakan instrumen yang valid dan teruji serta analisa statistik yang tepat. Oleh karena itu, hasil yang dicapai akan sesuai dengan kondisi sesungguhnya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan berlandaskan pada filsafat positivisme, karena penelitian ini akan meneliti populasi dan sampel tertentu. Metode ini merupakan metode ilmiah atau *scientific* yang memenuhi kaidah ilmiah seperti: empiris, sistematis, objektif, rasional, dan terukur. Disebut juga sebagai penelitian kuantitatif karena data berupa angka-angka yang akan dianalisa dengan statistik (Sugiyono, 2013, pp. 7-8).

Pendekatan kuantitatif memiliki beberapa ciri utama, yaitu dilakukan dengan rancangan yang terstruktur, spesifik, serta memiliki rancangan operasional yang detail dan matang. Lalu, data yang dikumpulkan berupa data kuantitatif berupa angka (Yusuf, 2014).

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian ditentukan berdasarkan tingkat kealamiah objek dan tujuan dari penelitian (Sugiyono, 2013, p. 4). Dalam penelitian ini, metode yang paling sesuai diterapkan adalah metode survey.

Menurut Kerlinger (1973) dalam Sinambela (2014), penelitian dengan metode survey mampu diterapkan kepada populasi yang besar ataupun kecil. Melalui proses mempelajari data pada sampel yang diambil dari populasi dengan tujuan untuk dapat menemukan keadaan yang relatif dan berhubungan antara variabel lewat pengamatan yang dalam.

Menurut Kriyantono (2014, p. 59). Metode survei disebut sebagai metode riset menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data dan informasi terkait dari para responden yang secara spesifik dipilih sebagai perwakilan populasi yang dituju dalam penelitian, yang mana akan dipilih dengan menggunakan suatu teknik *sampling* tertentu.

Metode survei dianggap dapat melakukan lebih dari sekedar melaporkan perilaku, namun dapat memberikan wawasan atau informasi terkait siapa konsumennya, mengapa mereka melakukan sesuatu, dan bagaimana mereka berperilaku dengan cara tertentu (Malhorta, 2012, p. 184).

Kriyantono (2014, p. 59) menyatakan bahwa terdapat dua jenis metode survei, yaitu deskriptif dan eksplanatif. Penelitian ini ingin mengetahui tentang apa yang dapat memengaruhi terjadinya suatu kondisi dan situasi tertentu. Oleh Karena itu, penelitian ini akan menerapkan metode survei eksplanatif.

3.3. Populasi dan Sampel

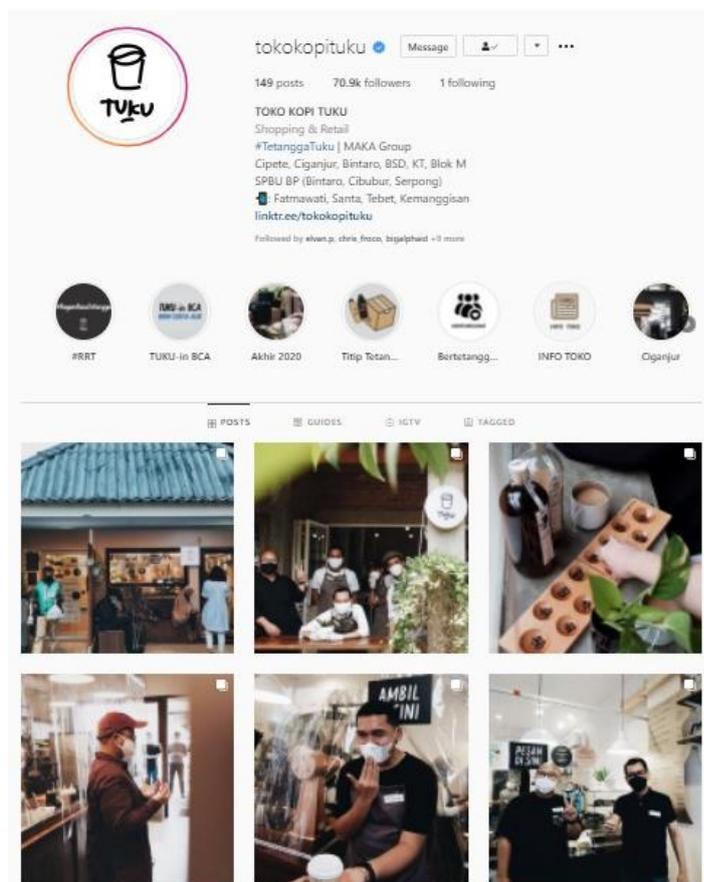
3.3.1. Populasi

Populasi dalam penelitian harus ditentukan secara spesifik, supaya nantinya penentuan sampel dapat dilakukan dengan tepat. Suatu target populasi harus dapat menerjemahkan permasalahan penelitian ke dalam suatu pernyataan tepat tentang siapa yang dapat dan tidak dapat terlibat menjadi sampel penelitian (Malhorta, 2012, p. 337).

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari kumpulan individu atau unit dengan karakteristik yang sesuai dengan apa yang ingin diteliti oleh peneliti (Raihan, 2017). Menurut Sugiyono (2013, p. 80), populasi tidak hanya meliputi jumlah dari objek atau subjek yang dipelajari, akan tetapi juga akan meliputi keseluruhan karakter dan sifat yang dimiliki oleh objek atau subjek yang diteliti.

Populasi yang ditentukan dalam penelitian ini adalah *followers* Instagram @tokokopituku yang memiliki jumlah *followers* sebanyak 70.873 orang hingga Maret 2021. *Followers* @tokokopituku dipilih sebagai populasi penelitian karena sesuai dengan karakteristik objek yang diteliti.

Gambar 3.1 Akun Instagram @tokokopituku



Sumber: Instagram/tokokopituku, 2021

3.3.2. Sampel

Sugiyono (2013, p. 81) mengatakan bahwa sampel dalam penelitian diambil sebagai bagian dari populasi. Sampel yang diambil ini harus mampu merepresentasikan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh populasi. Penelitian ini menggunakan teknik non-probabilitas dalam penarikan sampel, yang berarti tidak diberikannya kesempatan yang sama pada responden yang terpilih sebagai sampel

penelitian. Teknik non-probabilitas meliputi *sampling* sistematis, *purposive*, aksidental, jenuh, kuota, *snowball* (Sugiyono, 2013, p. 84).

Teknik *purposive sampling* menggunakan kriteria-kriteria tertentu yang ditentukan peneliti yang sesuai dengan tujuan penelitian (Kriyantono, 2014, p. 156). Dalam teknik ini, sampel harus dapat merepresentasikan seluruh populasi dalam suatu kasus yang diteliti (Neuman, 2014, p. 169).

Populasi yang telah ditentukan dalam penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @tokokopituku. Penelitian ini ingin meneliti tentang *E-WOM* yang terdapat pada Instagram terhadap *Purchase Intention* Toko Kopi Tuku melalui *Brand Image*. Oleh karena itu, terdapat beberapa syarat khusus yang diperlukan oleh responden sebagai kriteria dari *purposive sampling* sebagai berikut:

1. Responden merupakan *followers* akun Instagram @tokokopituku selama paling kurang 3 bulan lamanya.
2. Responden berdomisili di Jabodetabek, karena gerai Toko Kopi Tuku tersebar di wilayah Jabodetabek.

Penarikan jumlah sampel ditentukan melalui pendekatan yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael, dengan tingkat kesalahan sebesar 5%, seperti yang tertera dalam tabel berikut ini:

Gambar 3.2 Penentuan Jumlah Sampel Menurut Isaac dan Michael

PENENTUAN JUMLAH SAMPEL DARI POPULASI TERTENTU DENGAN TARAF KESALAHAN 1%, 5%, DAN 10%

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Sumber: Sugiyono, 2013

Dengan ditetapkannya *followers* Instagram @tokokopituku sebanyak 70.873 orang sebagai populasi dari penelitian ini, maka penelitian ini akan mengambil sampel sesuai dengan yang tertera pada tabel Isaac dan Michael di atas, yakni sampel berjumlah 346 orang dari 75.000 populasi (dibulatkan ke atas dari 70.873) dengan taraf kesalahan 5% (Sugiyono, 2013, p. 87).

3.4. Operasionalisasi Variabel

Dalam menentukan instrumen yang akan dipakai dalam penelitian, perlu untuk mempertimbangkan variabel-variabel yang akan diamati. Instrumen sendiri nantinya akan digunakan sebagai alat mengumpulkan data dalam penelitian kuantitatif (Raihan, 2017, p. 103).

Untuk memudahkan instrumen pengukurannya, digunakan tabel operasionalisasi variabel untuk menyatakan pertanyaan penelitian sesuai dengan indikator yang terdapat pada tiap variabel sebagai berikut:

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator
<i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	<i>E-WOM Quality</i>	Komentar yang terdapat pada akun Instagram @tokokopituku bermanfaat dan berguna bagi saya dalam memahami Toko Kopi Tuku
		Komentar yang terdapat pada akun Instagram @tokokopituku memberi pesan yang relevan dan akurat
Chinho, Wu, & Chen (pp. 31-32)	<i>E-WOM Quantity</i>	Terdapat banyak komentar yang disampaikan audiens di akun Instagram @tokokopituku

(x)		Terdapat banyak interaksi audiens di akun Instagram @tokokopituku
	<i>Sender's Expertise</i>	Terdapat komentar dari orang yang berpengalaman di bidang <i>food & beverage</i> di Instagram @tokokopituku
		Terdapat komentar dari seorang yang memahami kopi dengan baik (ahli kopi) di Instagram @tokokopituku
Brand Image Li, Wang, Cai (2011, p. 1875-1876)	<i>Corporate Image</i>	Toko Kopi Tuku adalah brand kopi yang berkualitas
		Toko Kopi Tuku adalah brand kopi yang dapat dipercaya
(z)	<i>User Image</i>	Pelanggan Toko Kopi Tuku adalah orang-orang dengan selera kopi yang baik

		Saya merasa bahwa pelanggan Toko Kopi Tuku adalah orang-orang yang menjadikan Kopi Tuku sebagai preferensi utama mereka
	<i>Product Image</i>	Saya merasa produk-produk yang dimiliki Kopi Tuku memiliki kualitas yang baik
		Saya merasa produk-produk yang dimiliki Kopi Tuku sesuai dengan preferensi saya
<i>Purchase Intention</i> Ferdinand (2002) dalam Bachriansyah (2011) (y)	Minat Transaksional	Saya tertarik untuk membeli produk dari Toko Kopi Tuku
		Saya seringkali ingin mencoba produk-produk milik Toko Kopi Tuku yang diperbincangkan di Instagram @tokokopituku

	Minat Referensial	Saya ingin mereferensikan produk yang diperbincangkan di Instagram @tokokopituku kepada teman/kerabat saya
		Saya pernah mereferensikan Toko Kopi Tuku kepada teman/kerabat saya
	Minat Preferensial	Saya tetap akan memilih Toko Kopi Tuku dibandingkan dengan <i>brand</i> kopi lainnya
		Saya merasa bahwa Toko Kopi Tuku lebih unggul dibandingkan dengan <i>brand</i> kopi lainnya
	Minat Eksploratif	Perbincangan yang terdapat pada akun Instagram @tokokopituku menimbulkan rasa ingin tahu saya terhadap Toko Kopi Tuku
		Saya sering mencari informasi tentang Toko Kopi Tuku lewat perbincangan yang terdapat di Instagram @tokokopituku

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data dibagi ke dalam dua bagian, yaitu data primer dan juga data sekunder. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder sebagai berikut:

3.5.1. Data Primer

Sugiyono (2013) menyatakan bahwa sumber primer dalam sebuah penelitian merupakan sumber data yang secara langsung akan memberikan data kepada pengumpul data. Pada penelitian kuantitatif, pengumpulan data dapat dilakukan melalui beberapa teknik, seperti kuesioner (angket), observasi, wawancara, dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2013, p. 137).

Penelitian ini akan memakai kuesioner atau angket untuk mengumpulkan data. Kuisisioner atau angket merupakan alat mengumpulkan data melalui daftar pertanyaan atau pernyataan yang diberikan kepada responden. Reponden adalah orang yang akan memberi jawaban atas pernyataan yang terdapat pada kuesioner yang diberikan (Raihan, 2017, p. 104).

Kuisisioner akan menjadi teknik pengumpulan data yang sangat efisien apabila peneliti dapat memahami dengan baik variabel-variabel yang ada dalam penelitian (Sugiyono, 2013, p. 142). Teknik pengumpulan data ini dipilih karena karena penelitian ini sudah memahami variabel yang ingin diukur melalui pernyataan yang diberikan kepada responden.

3.5.2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2013, p. 137), sumber sekunder merupakan sumber yang memberikan data secara tidak langsung dalam pengumpulan data. Data sekunder didapatkan dari sumber yang tidak langsung, biasanya berupa data yang didokumentasikan (Raihan, 2017, p. 81).

Dengan tujuan untuk mendapatkan informasi lain yang berkaitan dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan meliputi buku, jurnal ilmiah, *e-book*, artikel *online*, dan sebagainya. Data ini akan menjadi pendukung dalam menyusun penelitian ini.

3.6. Teknik Pengukuran Data

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran berupa skala *likert*. Menurut Sugiyono (2013, p. 93), skala *likert* merupakan alat ukur yang dapat digunakan dalam mengukur sikap, persepsi, pendapat individu atau kelompok individu terkait suatu kejadian tertentu.

Dalam penerapannya, skala *likert* membutuhkan dua kategori minimal, yaitu “setuju” dan “tidak setuju”. Namun, akan lebih baik juga dapat menggunakan empat atau delapan kategori (Neuman, 2014, p. 155).

Tabel 3.2 Skala Likert

Penilaian	Skor Bobot (+)
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021

Menurut Siyoto & Sodik (2015, p. 69). Untuk mendapatkan hasil yang baik, instrumen atau alat ukur harus mampu memenuhi dua syarat, yaitu validitas dan reliabilitas sebagai berikut ini:

3.6.1. Uji Validitas

Hasil yang didapatkan dalam suatu penelitian dapat dinyatakan valid jika ditemukan kesamaan antara data sesungguhnya dengan data yang dikumpulkan. Ketika sebuah instrumen memiliki kemampuan untuk mengukur hal yang ingin diukur, maka instrumen tersebut dapat dinyatakan valid (Sugiyono, 2013, p. 121).

Menurut Nugroho (2005). Untuk menguji kelayakan dari butir-butir pertanyaan atau pernyataan yang digunakan untuk mendefinisikan suatu variabel, digunakan pengujian validitas di dalam suatu penelitian (Sunjoyo et al., 2013, pp. 38-39).

Di dalam penelitian kuantitatif, validitas dapat dibuktikan melalui pemilihan *sampling*, pemilihan instrumen, dan penafsiran statistik yang tepat. Terdapat juga

pengukuran standar *error* yang akan membantu dalam masalah validitas instrumen (Sinambela, 2014, p. 158).

Sunjoyo et al. (2013, pp. 40-41) menyatakan bahwa uji validitas dilakukan melalui perhitungan nilai korelasi di antara data dan setiap butir instrumen. Butir pertanyaan atau pernyataan dapat dianggap valid apabila korelasi *pearson product moment* melebihi 0,3. Dapat dianggap valid juga ketika koefisien korelasi *product moment* > r tabel (α ; n-2) yang berarti (0,05 ; 28 = 0,374).

Menurut Sugiyono (2013, pp. 125-134), uji coba instrumen dilakukan kepada 30 orang yang merupakan bagian dari sampel pada penelitian. Dalam penelitian ini, kuesioner dapat dikatakan valid ketika butir-butir pertanyaan dalam kuesioner atau angket, yang disebarkan kepada 30 orang mampu menjelaskan apa yang ingin diukur dalam penelitian.

Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X

Uji Validitas Variabel X			
Nomor Item	Korelasi (r)	R Tabel	Keterangan
X1	0,777	0,374	Valid
X2	0,832		Valid
X3	0,644		Valid
X4	0,714		Valid
X5	0,680		Valid
X6	0,755		Valid

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021

Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Z

Uji Validitas Variabel Z			
Nomor Item	Korelasi (r)	R Tabel	Keterangan
Z.1	0,850	0,374	Valid
Z.2	0,819		Valid
Z.3	0,804		Valid
Z.4	0,606		Valid
Z.5	0,727		Valid
Z.6	0,568		Valid

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021

Tabel 3.5 Uji Validitas Variabel Y

Uji Validitas Variabel Y			
Nomor Item	Korelasi (r)	R Tabel	Keterangan
Y.1	0,837	0,374	Valid
Y.2	0,474		Valid
Y.3	0,808		Valid
Y.4	0,732		Valid
Y.5	0,720		Valid
Y.6	0,798		Valid
Y.7	0,749		Valid
Y.8	0,588		Valid

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021

Dalam pengujian validitas Z, peneliti menemukan bahwa nilai korelasi pada pernyataan Z_4 dan Z_6 lebih rendah dari pada nilai korelasi pernyataan lainnya. Hal ini mungkin terjadi karena terdapat kesamaan tentang pernyataan terkait preferensi pada pernyataan Z_4 dan Z_6. Begitu pula dengan hasil korelasi yang didapatkan pada variabel Y, yang mana variabel Y_2 dan Y_8 memiliki nilai korelasi yang lebih rendah karena kemungkinan responden melihat kesamaan dalam pernyataan yang ada.

Secara keseluruhan, seluruh pernyataan yang terdapat pada variabel X, Z, dan Y dapat dinyatakan valid. Oleh karena itu, seluruh pernyataan dari variabel X, Z, dan Y dapat dinyatakan mampu mewakili atau merepresentasikan tiap variabelnya.

3.6.2. Uji Reliabilitas

Menurut Sinambela (2014, p. 166), reliabilitas secara esensial dalam penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai sesuatu yang konsisten dan dapat diandalkan. Oleh karena itu, uji reliabilitas diperlukan dengan tujuan untuk melihat apakah suatu variabel bersifat kredibel dan konsisten ketika digunakan secara berulang (Neuman, 2014, p. 141). Uji reliabilitas dapat juga menemukan apakah data yang dihasilkan dapat konsisten apabila diteliti oleh orang yang berbeda.

Ghozali (2008) dalam Sunjoyo et al. (2013, p. 41) mengungkapkan bahwa untuk mengukur reliabilitas, dapat dilakukan dengan *Repeat Measure* ataupun *One Shot*. Dalam penelitian ini, digunakan *One Shot* sebagai cara untuk menguji reliabilitasnya. Melalui cara ini, pengukuran akan dilakukan hanya sekali, lalu hasil

yang didapat akan dibandingkan dengan pertanyaan yang lain. Untuk mengukur reliabilitas, dilakukan uji statistik *Cronbach Alpha* (α) dimana suatu kontruk dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki *cronbach alpha* $> 0,60$.

Tabel 3.6 Tabel Reliabilitas Berdasarkan Tingkat Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0.00 – 0.20	Kurang Reliabel
0.20 – 0.40	Agak Reliabel
0.40 – 0.60	Cukup Reliabel
0.60 – 0.80	Reliabel
0.80 – 1.00	Sangat Reliabel

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021

Saat ini, *chronbach's alpha* digunakan sebagai alat untuk mengukur reabilitas dari suatu penelitian. Perhitungan nilai koefisien *alpha* dimulai dari nilai 0 yang berarti tidak memiliki korelasi dan tidak reliabel, sampai nilai 1 yang berarti memiliki korelasi yang kuat dan sangat reliabel (Bell, Bryman, & Harley, 2019).

Gambar 3.3 Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	6

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021

Gambar 3.4 Uji Reliabilitas Variabel Z

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	6

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021

Gambar 3.5 Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	8

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2021

3.7. Teknik Analisa Data

Menurut Sugiyono (2013, p. 147), analisa data adalah suatu tahapan yang dilakukan dalam penelitian kuantitatif ketika peneliti telah mengumpulkan keseluruhan data dari responden.

3.7.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melakukan pengecekan terhadap suatu nilai residual yang dihasilkan. Suatu model regresi dapat dikatakan normal dan baik apabila memiliki nilai residual yang terdistribusi normal (Sunjoyo et al., 2013).

Terdapat beberapa cara untuk melihat normalitas dari data dalam penelitian ini, yaitu melalui tiga alat uji sebagai berikut:

1. Histogram

Ketentuan normal dalam pengujian histogram adalah ketika gambar data yang didapatkan berbentuk lonceng, atau yang diketahui sebagai *bell shaped*. Suatu data dapat dikatakan normal apabila memiliki pola distribusi yang tepat, yaitu tidak cenderung terlalu kiri maupun cenderung terlalu kanan.

2. Grafik *Normality Probability Plot*

Adapun cara untuk melihat suatu data normal atau tidak dengan melihat grafik *Normality Probability Plot*. Suatu data dapat dikatakan normal dan memenuhi syarat normal apabila memenuhi ketentuan berupa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garisnya.

3. Uji Kolmogorov Smirnov

Ketika nilai residual yang dimiliki data berada di atas nilai signifikansi yang telah ditentukan, maka data tersebut dapat dikatakan normal.

a) Jika nilai signifikan $\leq 0,05$, maka distribusi data tidak normal.

b) Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka distribusi data normal.

3.7.2. Analisis Mediasi (*The Simple Mediation Model*)

Menurut Hayes (2018, p. 78). Analisa mediasi merupakan suatu metode statistik yang digunakan untuk melihat bagaimana sebuah variabel independen memengaruhi variabel dependen melalui variabel mediasi. Variabel mediasi sendiri dapat menjadi variabel yang dipengaruhi (dependen) bersama variabel Y, maupun sebagai variabel yang memengaruhi (independen) bersama variabel X.

Gambar 3.6 *The Simple Mediation Model*

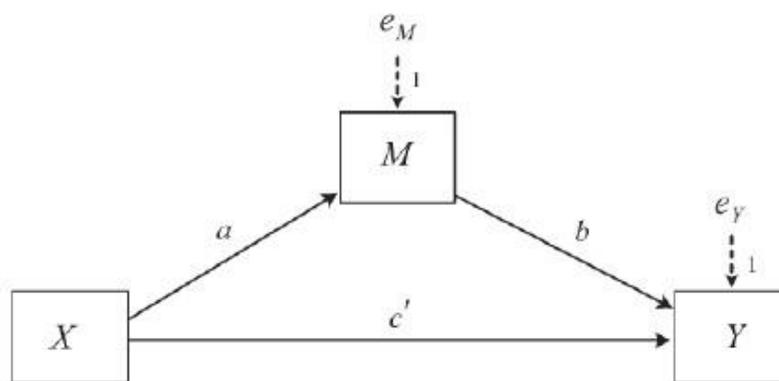


FIGURE 3.2. A statistical diagram of the simple mediation model.

Sumber: Hayes, 2018

Dari gambar 3.6 di atas, terlihat bahwa terdapat dua jalur. Jalur pertama disebut sebagai pengaruh langsung (*direct effects*), yaitu dimulai dari variabel X kepada variabel Y tanpa melalui variabel M atau mediasi. Lalu jalur kedua disebut sebagai pengaruh tidak langsung (*indirect effect*), yaitu dimulai dari variabel X kepada variabel Y melalui variabel M atau mediasi (Hayes, 2018, p. 79).

Penelitian ini akan menerapkan analisis mediasi menurut Hayes (2018) dengan menggunakan program SPSS versi 21. Melalui analisis ini, dapat ditemukan pengaruh langsung, tidak langsung, beserta total pengaruh dari variabel X (*E-WOM*) terhadap variabel Y (*Purchase Intention*) melalui variabel Z (*Brand Image*).