

ABSTRAK

DENITA SALSABILA. NIM 2020110070. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Electronic Word of Mouth (Ewom) Pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung Ke Museum Nasional Indonesia. Di bawah bimbingan Bapak Miswan, SE, M.Si.

Electronic word of mouth pada media sosial Instagram berkaitan dengan bagaimana informasi, ulasan, rekomendasi atau komentar yang dipertukarkan secara elektronik oleh pengguna media sosial Instagram untuk menarik minat berkunjung ke Museum Nasional Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk (1) mengetahui pendapat pengunjung tentang electronic word of mouth (ewom) pada media sosial instagram @museumnasionalindonesia. (2) untuk mengetahui pendapat minat berkunjung Masyarakat ke Museum Nasional Indonesia. (3) untuk mengetahui apakah ada pengaruh ewom pada media social Instagram terhadap minat berkunjung ke Museum Nasional Indonesia. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner melalui google form kepada 100 responden yaitu pengikut akun instagram @museumnasionalindonesia dengan menggunakan teknik purposive sampling. metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. kemudian dilanjutkan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan (1) ewom pada media sosial Instagram yaitu dapat dikategorikan efektif, Dengan rata-rata 3,95. (2) Minat Berkunjung ke Museum

Nasional Indonesia yaitu dapat dikategorikan berminat, dengan rata-rata 4,19, (3) terdapat pengaruh Ewom pada media sosial Instagram terhadap minat berkunjung ke Museum Nasional Indonesia. hasil perhitungan statistik yang didapat yaitu nilai thitung > ttabel yaitu $7,500 > 1,987$ dengan nilai signifikansi 0,001.

Kata Kunci: Electronic Word of Mouth Instagram, Minat Berkunjung, Museum Nasional Indonesia.

ABSTRACT

Denita salsabila. Nim 2020110070. The aim of this research is to determine the influence of electronic word of mouth (ewom) on instagram social media on interest in visiting the indonesian national museum. Under the guidance of mr. Miswan, SE, M.Si.

Electronic word of mouth on Instagram social media is related to how information, reviews, recommendations or comments are exchanged electronically by Instagram social media users to attract interest in visiting the National Museum of Indonesia.

The purpose of this research is to (1) find out visitors' opinions about electronic word of mouth (ewom) on the Instagram social media @museumnasionalindonesia. (2) to find out opinions about people's interest in visiting the National Museum of Indonesia. (3) to find out whether there is an influence of EWOM on the social media Instagram on interest in visiting the National Museum of Indonesia. The data collection technique

was carried out using a questionnaire via Google Form to 100 respondents, namely followers of the Instagram account @museumnasionalindonesia using a purposive sampling technique. The method used in this research is a quantitative method. then continued with this research using simple linear regression analysis. 1) ewom on Instagram social media can be categorized as effective, with an average of 3.95. (2) Interest in visiting the National Museum of Indonesia can be categorized as interested, with an average of 4.19, (3) there is an influence of Ewom on Instagram social media on interest in visiting the National Museum of Indonesia. The results of statistical calculations obtained are the value $t_{count} > t_{table}$, namely $7.500 > 1.987$ with a significance value of 0.001.

Keywords: Electronic Word of Mouth Instagram, Interest in Visiting, National Museum of Indonesia.