

ABSTRAK

Pengaruh Stimulus Instagram & *Electronic Word Of Mouth* terhadap Minat Berkunjung Pada *Café Jolotundo Glamping & Edu Park*

(Rizki Chairul Anisa)

riskichairulanisa123@gmail.com

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi & Bisnis

Dosen Pembimbing : Bothy Dewandaru, SE, M.Si.

Andy Chandra Pramana, SE., MSA., Ak.

Tujuan dari penelitian ini yakni guna memahami “Pengaruh Stimulus Instagram dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Minat Berkunjung *Café Jolotundo Glamping & Edu Park*”. Penelitian ini memanfaatkan metodologi penelitian kuantitatif, dengan menggunakan prosedur survei pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan memanfaatkan skala Likert 1-5. Kelompok yang dipilih untuk penelitian ini terdiri dari pelanggan yang pernah atau akan mengunjungi *Café Jolotundo Glamping & Edu Park*. Banyaknya sampel pada penelitian ini ialah 96 responden. Data penelitian pada penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner melalui penggunaan *Google Form*. Temuan uji t memperlihatkan bahwasanya nilai Sig pada variabel Stimulus Instagram (X1) yakni $0,670 > 0,05$. Selain itu, nilai t hitung $0,427 < t$ tabel yakni 1,989. Oleh sebab itu, bisa disimpulkan bahwasanya tidak terdapat pengaruh yang substansial Stimulus Instagram pada Minat Mengunjungi *Café Jolotundo Glamping & Edu Park*. Saat mengevaluasi variabel EWOM (X2), temuan memperlihatkan adanya pengaruh yang substansial dengan nilai Sig yakni $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $(6,933) > t$ tabel (1,989). Hal ini memperlihatkan bahwasanya EWOM mempunyai dampak terhadap Minat Berkunjung. EWOM ditemukan memiliki pengaruh yang baik dan cukup besar terhadap variabel Y yang mewakili tingkat minat mengunjungi *Café Jolotundo Glamping & Edu Park*. Hasil uji F memperlihatkan nilai F hitung $(58,530) > \text{nilai F tabel } (3,09)$ pada taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini memperlihatkan bahwasanya baik Instagram Stimulus maupun EWOM mempunyai pengaruh secara bersamaan atau gabungan terhadap tingkat minat mengunjungi *Café Jolotundo Glamping & Edu Park*. Uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel Stimulus Instagram (X1) dan EWOM (X2) dengan Minat Berkunjung (Y). Hubungan tersebut dipaparkan

dengan nilai R Square yakni 0,557. Selanjutnya, nilai Adjusted R Square ialah 0,548 atau setara dengan 54,8%. Data tersebut menunjukkan bahwasanya 54,8% Minat Kunjungan merupakan variabel terikat, dipengaruhi oleh variabel bebas Stimulus Instagram dan EWOM. Selain itu, terdapat sisa sebesar 45,2% yang dipengaruhi oleh variabel yang tidak teridentifikasi di luar cakupan penelitian ini.

Kata Kunci : Stimulus Instagram, *Electronic Word Of Mouth*, Minat Berkunjung

ABSTRACT

The Effect of Instagram Stimulus & Electronic Word Of Mouth on Visiting Interest in Café Jolotundo Glamping & Edu Park

(Rizki Chairul Anisa)

riskichairulanisa123@gmail.com

*Management Study Programme
Faculty of Economics & Business*

Supervisor : Bothy Dewandaru, SE, M.Si.
Andy Chandra Pramana, SE., MSA., Ak.

The aim of this research is to understand "The Influence of Instagram Stimulus and Electronic Word of Mouth on Interest in Visiting Café Jolotundo Glamping & Edu Park". This research utilizes quantitative research methodology, using survey procedures for collecting data through distributing questionnaires using a 1-5 Likert scale. The group selected for this research consisted of customers who had visited or would visit Café Jolotundo Glamping & Edu Park. The number of samples in this study was 96 respondents. Research data in this study was collected through distributing questionnaires using Google Form. The t test findings show that the Sig value of the Instagram Stimulus variable (X1) is $0.670 > 0.05$. Apart from that, the calculated t value is $0.427 < t \text{ table}$, namely 1.989. Therefore, it can be concluded that there is no substantial influence of Instagram Stimulus on Interest in Visiting Café Jolotundo Glamping & Edu Park. When evaluating the EWOM (X2) variable, the findings show that there is a substantial influence with a Sig value of $0.000 < 0.05$ and a calculated t value $(6.933) > t \text{ table}$ (1.989). This shows that Electronic Word of Mouth has an impact on Visiting Interest. Electronic Word Of Mouth was found to have a good and quite large influence on variable Y which represents the level of interest in visiting Café Jolotundo Glamping & Edu Park. The results of the F test show that the calculated F value (58.530) is greater than the F table value (3.09) at the 0.000 significance level, which is less than 0.05. This shows that both Instagram Stimulus and Electronic Word of Mouth have a simultaneous or combined influence on the level of interest in visiting Café Jolotundo Glamping & Edu Park. The coefficient of determination test (R²) shows that there is a relationship between the Instagram Stimulus variables (X1) and Electronic Word of Mouth (X2) with Visiting Interest (Y). This relationship is shown by the R Square value of 0.557. Furthermore, the Adjusted R Square value is 0.548 or the equivalent of 54.8%. This data shows that 54.8% of Visit Interest is the dependent variable, influenced by the independent variables Instagram Stimulus

and Electronic Word Of Mouth. In addition, there is a remaining 45.2% which is influenced by unidentified variables outside the scope of this research.

Keywords: *Instagram Stimulus, Electronic Word Of Mouth, Interest in Visiting*