

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Analisis Penerapan Faktor *E-WOM* Di Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung *Event* Kickfest 2018 Di Kota Bandung. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penerapan faktor *E-WOM* di media sosial instagram berpengaruh signifikan dalam meningkatkan jumlah pengunjung *event* Kickfest 2018 Di Kota Bandung dan untuk mengetahui adakah hubungan penerapan faktor *E-WOM* di media sosial instagram dalam meningkatkan jumlah pengunjung *event* Kickfest 2018 Di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, terdapat pengaruh signifikan dari penerapan faktor *E-WOM* di media sosial instagram dalam meningkatkan jumlah pengunjung *event* Kickfest 2018 Di Kota Bandung.. Hal ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,927 > 1,987$) dengan tingkat signifikasinya $0,000 < 0,005$. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) didapat bahwa penerapan faktor *E-WOM* di media sosial instagram berpengaruh dalam meningkatkan jumlah pengunjung *event* Kickfest 2018 Di Kota Bandung.

Dalam penelitian ini peneliti menemukan bahwa penerapan faktor *E-WOM* Di Media Sosial Instagram mempengaruhi tinggi atau rendahnya jumlah pengunjung *event* kickfest 2018 di Kota Bandung. Peneliti mendapati bahwa semakin tinggi terjadinya penerapan faktor *E-WOM* Di Media Sosial Instagram maka semakin tinggi juga jumlah pengunjung *event* kickfest 2018 di Kota Bandung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan faktor *E-WOM* Di Media Sosial Instagram berpengaruh dalam meningkatkan jumlah pengunjung *event* kickfest 2018 di Kota Bandung. Selain itu di era konektivitas sekarang ini, promosi satu arah tampak kurang mumpuni. Promosi yang mumpuni bukan berasal dari perusahaan melalui iklan tetapi melalui rekomendasi dari konsumennya. Maka dari itu perbincangan viral atau yang dikenal dengan *word of mouth* di media sosial instagram menjadi media kampanye pemasaran yang efektif dalam meningkatkan jumlah pengunjung *event* kickfest 2018 di Kota Bandung. Hal ini dikarenakan, konsumen saat ini lebih percaya rekomendasi yang disampaikan oleh sesama konsumen dibandingkan informasi langsung dari perusahaan. Pada penelitian ini juga didapatkan kesimpulan bahwa dalam mempromosikan *event* dan memberikan suatu informasi tentang *event* terkait dengan menggunakan *social media*, instagram dinilai lebih efektif dan efisien dalam penyampaian tersebut. Hal ini dikarenakan kebanyakan orang saat ini lebih banyak menggunakan instagram dibandingkan dengan menonton youtube. Seperti halnya dalam *event* kickfest 2018 yang diselenggarakan di Kota Bandung ini. Pihak penyelenggara *event* lebih aktif di instagram dalam memberikan informasi maupun mempromosikan *event* yang digelar dibandingkan dengan di youtube dimana pihak penyelenggara juga jarang memposting hal apapun yang berkaitan dengan *event* kickfest 2018 terutama yang diselenggarakan di Kota Bandung.

Kata Kunci : *E-WOM*, Minat Beli, *Event*, Kickfest