



**PERENCANAAN MEDIA PROMOSI BERBASIS  
*ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM)* TERHADAP  
MINAT DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG  
DI MUSEUM NASIONAL INDONESIA**

**JIHAN SALSABILA**



**PROGRAM STUDI EKOWISATA  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## **PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Perencanaan Media Promosi Berbasis *Electronic Word Of Mouth (eWOM)* Terhadap Minat dan Keputusan Berkunjung di Museum Nasional Indonesia” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Mei 2025

Jihan Salsabila  
J0302211020

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## ABSTRAK

JIHAN SALSABILA. Perencanaan Media Promosi Berbasis *Electronic Word Of Mouth (eWOM)* Terhadap Minat dan Keputusan Berkunjung di Museum Nasional Indonesia. Dibimbing oleh NATASHA INDAH RAHMANI.

Museum Nasional Indonesia yang terletak di DKI Jakarta berdiri pada tanggal 24 April 1778. Strategi pemasaran harus dirancang untuk menekankan kekuatan unik museum, sehingga menarik minat *audiens* yang relevan. Proyek akhir ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi *Electronic Word Of Mouth (eWOM)* mempengaruhi minat berkunjung, mengidentifikasi *Electronic Word Of Mouth (eWOM)* mempengaruhi keputusan berkunjung, dan merancang media promosi berbasis *Electronic Word Of Mouth (eWOM)*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, penyebaran kuesioner, studi literatur, dan wawancara. Pengujian instrumen penelitian dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Pengaruh eWOM terhadap minat dan keputusan berkunjung dilakukan dengan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji parsial dan analisis regresi linier berganda yang terdiri dari variabel eWOM, yaitu intensitas, opini, dan konten. Penelitian ini menghasilkan sebuah video promosi dengan pendekatan *Electronic Word Of Mouth (eWOM)* yang menunjukkan keunikan pameran museum, mengajak *audiens* berinteraksi dengan harapan dapat meningkatkan penyebaran informasi melalui *platform* media sosial.

## ABSTRACT

JIHAN SALSABILA. Promotional Media Planning Based on Electronic Word Of Mouth (eWOM) for Interest and Decision to Visit the National Museum of Indonesia. Supervised by NATASHA INDAH RAHMANI.

The National Museum of Indonesia, located in Jakarta, was established on April 24, 1778. A marketing strategy must be designed to highlight the museum's unique strengths in order to attract the interest of relevant audiences. This final project aims to identify how Electronic Word of Mouth (eWOM) influences visit interest, how eWOM influences visit decisions, and to design a promotional media strategy based on eWOM. The research methods used in this study include observation, questionnaires, literature review, and interviews. The research instruments were tested through validity and reliability tests. The influence of eWOM on interest and decision to visit was carried out using normality tests, multicollinearity tests, partial test and multiple linear regression analysis consisting of eWOM variables, namely intensity, opinion and content. This study results in a promotional video using an Electronic Word of Mouth (eWOM) approach that highlights the uniqueness of the museum exhibitions and encourages audience interaction, with the hope of increasing information dissemination through social media *platforms*.

Kata Kunci : *Electronic Word Of Mouth (eWOM)*, keputusan berkunjung, minat berkunjung, video promosi.

Keywords : Electronic Word Of Mouth (eWOM), promotional videos, visiting decisions, visiting intentions.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## RINGKASAN

JIHAN SALSABILA. Perencanaan Media Promosi Berbasis *Electronic Word Of Mouth (eWOM)* Terhadap Minat dan Keputusan Berkunjung di Museum Nasional Indonesia (*Promotional Media Planning Based on Electronic Word Of Mouth (eWOM) for Interest and Decision to Visit the National Museum of Indonesia*). Dibimbing oleh NATASHA INDAH RAHMANI.

Museum merupakan bagian dari struktur sosial masyarakat yang digunakan sebagai media untuk memberikan pengetahuan, pendidikan dan perkembangan kepada masyarakat melalui sistem komunikasi dan publik. Museum Nasional Indonesia yang terletak di DKI Jakarta diawali dengan berdirinya suatu himpunan yang bernama *Bataviaasch Genootschap van Kunsten en Wetenschappen* yang didirikan oleh Pemerintah Belanda pada tanggal 24 April 1778. Strategi pemasaran harus dirancang untuk menekankan kekuatan unik museum, sehingga menarik minat *audiens* yang relevan. Pemasaran viral yang juga dikenal sebagai *Electronic Word of Mouth (eWOM)* merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang memanfaatkan media digital untuk menyebarkan informasi secara viral dan berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Proyek akhir ini dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi *Electronic Word Of Mouth (eWOM)* mempengaruhi minat berkunjung, mengidentifikasi *Electronic Word Of Mouth (eWOM)* mempengaruhi keputusan berkunjung, dan merancang media promosi berbasis *Electronic Word Of Mouth (eWOM)*.

Penelitian ini dilakukan selama 2 bulan terhitung sejak Desember 2024 – Februari 2025 di Museum Nasional Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, penyebaran kuesioner, studi literatur, dan wawancara. Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara *purposive sampling* dengan menentukan kriteria terlebih dahulu yaitu rentang usia 17-55. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 178 responden yang telah dihitung menggunakan rumus slovin dengan *margin of error* 7,5% terhadap populasi sebanyak 114.700 jumlah pengunjung Museum Nasional Indonesia dalam waktu satu bulan, serta pengolahan data menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian instrumen penelitian dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Pengaruh eWOM terhadap minat dan keputusan berkunjung dilakukan dengan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji parsial dan analisis regresi linier berganda untuk menunjukkan bahwa variabel eWOM yaitu intensitas, opini dan konten yang secara umum berpengaruh terhadap minat dan keputusan berkunjung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram menjadi media sosial paling efektif karena mampu membangun *awareness*, menyampaikan konten sejarah secara menarik dan mendorong opini positif dalam promosi berbasis eWOM. Opini merupakan faktor paling dominan dalam memengaruhi minat dan keputusan berkunjung ke Museum Nasional Indonesia, sehingga promosi berbasis eWOM difokuskan pada penguatan opini positif melalui konten menarik dan relevan. Penelitian ini menghasilkan sebuah video promosi dengan pendekatan eWOM yang menunjukkan keunikan pameran museum, mengajak *audiens* berinteraksi dengan harapan pendekatan ini dapat mendorong penyebaran informasi serta memaksimalkan pengaruh eWOM yang lebih luas di *platform* digital dengan meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk mengunjungi museum sebagai sarana edukasi dan pelestarian budaya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau s

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajib IPB University.

2. Dilarang menggumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

**Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.**

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

**PERENCANAAN MEDIA PROMOSI BERBASIS  
*ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM)* TERHADAP  
MINAT DAN KEPUTUSAN BERKUNJUNG  
DI MUSEUM NASIONAL INDONESIA**

**JIHAN SALSABILA**

Proyek Akhir  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Terapan pada  
Program Studi Ekowisata

**PROGRAM STUDI EKOWISATA  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji pada ujian Laporan Akhir: Dyah Prabandari, SP, M.Si.



Judul Laporan : Perencanaan Media Promosi Berbasis *Electronic Word Of Mouth* (*eWOM*) Terhadap Minat dan Keputusan Berkunjung di Museum Nasional Indonesia.

Nama : Jihan Salsabil  
NIM : J0302211020

Disetujui oleh

Pembimbing :  
Natasha Indah Rahmani S.T., M.T.

DSM

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:  
Kania Sofiantina Rahayu, S.I.Kom., M.Par., M.T.H.M  
NPI 201807198501202001

Dekan Sekolah Voka

**SEKARANG BERPENGARUH, MULAI DARI SEKARANG.**

NPI 20180719850120200  
ekan Sekolah Vokasi:  
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.  
NIP 19660717199203100

Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T  
NIP 196607171992031003

Tanggal Ujian  
26 Mei 2025

Tanggal Lulus:

# IPB University

*@Hak cipta milik IPB University*



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Desember 2024 sampai bulan Februari 2025 ini dengan judul “Perencanaan Media Promosi Berbasis *Electronic Word Of Mouth (eWOM)* Terhadap Minat dan Keputusan Berkunjung di Museum Nasional Indonesia”. Penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak terkait yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini.

1. Terima kasih kepada Bapak Cindri Yanto dan Ibu Sri Maryati selaku Ayah dan Ibu tercinta, atas segala doa yang tak pernah henti, dukungan yang tulus tanpa pamrih dan atas cinta yang selalu menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup penulis. Terima kasih atas doa yang diam-diam disampaikan setiap malam dan atas keyakinan yang kalian titipkan pada setiap langkah penulis. Kepada Kakak dan Adik penulis yang selalu menjadi bagian dari rumah yang hangat. Terima kasih telah menjadi teman berbagi, penenang kala lelah, dan pengingat bahwa penulis tidak pernah sendiri.
2. Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen pembimbing, Natasha Indah Rahmani S.T., M.T. yang telah membimbing, memberi saran, kesabaran dalam membimbing, serta atas waktu dan perhatian yang diberikan selama proses penyusunan penelitian ini. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada seluruh dosen Program Studi Ekowisata atas ilmu, bimbingan dan wawasan yang telah diberikan selama masa perkuliahan, sehingga penulis dapat sampai pada tahap penyusunan tugas akhir.
3. Pihak Museum Nasional yang telah menerima penulis dengan terbuka untuk melakukan penelitian, serta memberikan dukungan, akses informasi, dan keramahan dari staff museum yang menjadi bagian penting dalam proses pengumpulan data dan pemahaman penulis terhadap objek penelitian.
4. Teman-teman Ekowisata Angkatan 58 yang telah berjalan bersama dalam suka dan duka selama masa studi ini. Terima kasih atas motivasi, dukungan, semangat, tawa, cerita, bahkan keluh kesah yang kita bagikan.
5. Terima kasih penulis tujuhan kepada diri sendiri karena telah bertahan ketika jalan terasa berat, tetap berjuang meski ragu sempat datang dan memilih untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena telah percaya bahwa proses ini layak dijalani, bahwa kegigihan sekecil apa pun berarti dan setiap langkah yang diambil adalah bagian dari pertumbuhan. Berbahagialah selalu dengan dirimu sendiri dan rayakan kehadiranmu sebagai berkah di mana pun kamu menjajakkan kaki. Jangan sia-siakan usaha dan doa yang selalu kamu langitkan, Allah sudah merencanakan dan memberikan porsi terbaik untuk perjalanan hidupmu. Semoga langkah kebaikan selalu menyertaimu dan semoga Allah selalu meridhai setiap langkahmu serta menjagamu dalam lindungan-Nya. Aamiin.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Mei 2025

*Jihan Salsabila*

# IPB University

*@Hak cipta milik IPB University*



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



<b>DAFTAR TABEL</b>	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	ix
<b>I PENDAHULUAN</b>	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Luaran	3
1.6 Kerangka Berfikir	4
<b>II KONDISI UMUM</b>	5
2.1 Letak dan Luas	5
2.2 Sejarah Kawasan	5
2.3 Kondisi Fisik dan Lingkungan	6
2.4 Kondisi Sosial Masyarakat Sekitar	7
2.5 Atraksi	8
2.6 Aksesibilitas	8
2.7 Amenitas	10
2.8 Akomodasi	10
2.9 Ancillary	11
<b>III METODE</b>	12
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	12
3.2 Alat, Bahan dan Objek Penelitian	12
3.3 Jenis Data	12
3.4 Teknik Pengambilan Data	13
3.5 Analisis Data	16
<b>IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	18
4.1 <i>Electronic Word Of Mouth (eWOM)</i> di Museum Nasional Indonesia	18
4.2 Karakteristik Wisatawan dan Karakteristik Perjalanan	27
4.3 Pandangan Wisatawan Terhadap Dimensi <i>Electronic Word Of Mouth</i>	30
4.4 Pengujian Instrumen Penelitian	33
4.5 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Berkunjung	35
4.6 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth (eWOM)</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	38
4.7 Perancangan Video Promosi	42
<b>V SIMPULAN DAN SARAN</b>	48
5.1 Simpulan	48
5.2 Saran	48
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	50
<b>LAMPIRAN</b>	53
<b>RIWAYAT PENULIS</b>	64

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



1.	Jarak MNI dari Berbagai Transportasi Umum Terdekat	9
2.	Jumlah Sarana Akomodasi di Kecamatan Gambir, 2023	11
	Alat, bahan dan Objek Penelitian	12
	Jenis Data Penelitian	12
	Kesimpulan Indikator EWOM pada Media Sosial Museum Nasional	26
	Data Karakteristik Responden	28
	Data Karakteristik Perjalanan	29
	Hasil Intensitas eWOM	30
	Hasil Opini eWOM	31
10.	Hasil Konten eWOM	32
11.	Hasil Uji Validitas	33
12.	Hasil Uji Reliabilitas	35
13.	Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Terhadap Minat Berkunjung	36
14.	Uji Multikolinearitas Terhadap Minat Berkunjung	36
15.	Hasil Uji T Terhadap Minat Berkunjung	37
16.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Terhadap Minat Berkunjung	38
17.	Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Terhadap Keputusan Berkunjung	39
18.	Uji Multikolinearitas Terhadap Keputusan Berkunjung	40
19.	Hasil Uji T Terhadap Keputusan Berkunjung	40
20.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Terhadap Minat Berkunjung	41
21.	<i>Storyboard</i> Video Promosi	43

## DAFTAR GAMBAR

1.	Kerangka Berfikir Penelitian	4
2.	Denah Lokasi Penelitian	5
3.	Patung Gajah Pemberian Raja Thailand	6
4.	Gedung A Museum Nasional Indonesia	7
5.	Dokumentasi Penyebaran Kuesioner	15
6.	Intensitas Media Sosial Instagram MNI	20
7.	Intensitas Media Sosial Tiktok MNI	20
8.	Intensitas Media Sosial Youtube MNI	21
9.	Opini di Media Sosial Instagram MNI	22
10.	Opini Positif di Media Sosial Tiktok MNI	22
11.	Opini Negatif di Media Sosial Tiktok MNI	23
12.	Opini di Media Sosial Youtube MNI	23
13.	Konten Media Sosial Instagram MNI	24
14.	Konten Media Sosial Tiktok MNI	25
15.	Konten Media Sosial Youtube MNI	25
16.	Cuplikan Hasil Video Promosi	47



1. Hasil Uji Validitas Kuesioner	54
2. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner	63
3. Output Video Promosi	63

## DAFTAR LAMPIRAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.