

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli pada bimbel Tridaya melalui *instagram*. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan tingkat pengaruh yang terjadi sesuai dengan tingkat E-Wom yang digunakan bimbel Tridaya.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Penelitian ini juga dalam penggunaan data selain menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui tanggapan responden juga menggunakan pengujian Pengujian yang digunakan diantaranya. analisis regresi linear sederhana uji t dan Rsquare.

Dari pengolahan data mengenai *eWOM* diperoleh persentase sebesar 74%. Sedangkan, Hasil perhitungan minat beli diperoleh persentase sebesar 75%. Hasil pengolahan data dari pengaruh *eWOM* terhadap minat beli diperoleh nilai T hitung sebesar  $8,012 > T$  Tabel 1,98. Maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti terdapat hubungan yang signifikan antara *eWOM* dengan minat beli.

Kata kunci: *electronic word of mouth*, Minat Beli.