

PENGARUH KEGUNAAN INFORMASI EWOM TERHADAP ADOPSI INFORMASI FILM JUMBO PADA PENGIKUT AKUN @WATCHMENID

MIRATUL HAYATI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi eWOM dan kredibilitas sumber terhadap adopsi informasi pada pengikut akun @WatchmenID di platform X terkait film Jumbo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei terhadap 100 responden. Analisis data dilakukan melalui uji korelasi, regresi linear berganda, serta uji T dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi eWOM dan kredibilitas sumber sama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap adopsi informasi, baik secara parsial maupun simultan, dengan kualitas informasi eWOM sebagai faktor yang pengaruhnya lebih dominan. Temuan ini sejalan dengan *Information Adoption Model* (IAM) yang menjelaskan bahwa kesediaan seseorang menerima suatu informasi dipengaruhi oleh kualitas informasi dan kredibilitas sumber yang menyampaikannya, sehingga semakin baik kualitas ulasan dan semakin kredibel sumbernya, semakin besar pula kecenderungan pengikut akun @WatchmenID untuk mengadopsi informasi tersebut dalam menilai film ini.

Kata kunci: eWOM, kualitas informasi, kredibilitas sumber, adopsi informasi, *Information Adoption Model*

**THE INFLUENCE OF EWOM INFORMATION USEFULNESS ON
INFORMATION ADOPTION OF JUMBO FILM AMONG @WATCHMENID
ACCOUNT FOLLOWERS**

MIRATUL HAYATI

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of eWOM information quality and source credibility on information adoption among the followers of the @WatchmenID account on platform X regarding the film Jumbo. This study uses a quantitative approach with a survey method involving 100 respondents. Data analysis was conducted through correlation testing, multiple linear regression, as well as T-test and F-test. The results show that both eWOM information quality and source credibility have a significant effect on information adoption, both partially and simultaneously, with eWOM information quality being the more dominant factor. These findings are consistent with the Information Adoption Model, which explains that a person's willingness to accept information is influenced by the quality of the information and the credibility of the source conveying it, meaning that the better the quality of the reviews and the more credible the source, the greater the tendency of the followers of the @WatchmenID account to adopt such information in evaluating the film.

Kata kunci: eWOM, information quality, source credibility, information adoption, Information Adoption Model