

## INTISARI

Persepsi terhadap suatu perusahaan dapat diekspresikan dalam bentuk *electronic Word of Mouth* (e-WOM). *Platform* yang dapat digunakan untuk melihat dan menyebarkan e-WOM adalah media sosial. Twitter merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan dalam penelitian karena data dapat diekstrak dalam jumlah banyak dengan mudah dan *legal*. Akun Maskapai penerbangan memiliki jumlah pengikut yang banyak di Twitter. Garuda Indonesia merupakan salah satu perusahaan maskapai penerbangan terbesar di Indonesia serta banyak twit berkaitan dengan perusahaan tersebut. Indikator kinerja dari maskapai tersebut dapat dilihat dari jumlah penumpangnya. Penelitian ini berfokus untuk menganalisis pengaruh twit tentang Garuda Indonesia terhadap jumlah penumpangnya.

Metode untuk menganalisis pengaruh tersebut dengan menggunakan regresi linear. Variabel independen berasal dari data twit tentang Garuda Indonesia dari Januari 2015 sampai Desember 2019 dan variabel dependen adalah data jumlah penumpang setiap bulan dari 2015 sampai 2019. Model terbaik dari kombinasi independen variabel yang tidak berkorelasi akan dipilih berdasarkan perhitungan *Mean Absolute Percentage Error* (MAPE) *cross validation* yang terkecil. Terdapat dua skenario dalam regresi linear yaitu tanpa lag dan dengan lag 1.

Berdasarkan hasil regresi linear tanpa *lag*, terdapat hubungan antara jumlah penumpang dengan persentase jumlah twit dan persentase jumlah twit netral. Selain itu berdasarkan hasil regresi linear dengan *lag* 1, didapatkan bahwa terdapat hubungan antara jumlah penumpang dengan persentase jumlah twit, rata-rata polaritas twit positif, dan persentase twit netral.

**Kata Kunci** : e-WOM, Twit, Twitter, Maskapai Penerbangan, Regresi Linear

## **ABSTRACT**

Perception of a company can be expressed in the form of electronic Word of Mouth (e-WOM). Social media is the platform used to observe and disseminate e-WOM. Twitter is one of the most widely used social media in research because large quantities of data could be extracted easily and legally. Airline accounts have a large number of followers on Twitter. Garuda Indonesia is one of the largest airline companies in Indonesia. There are many tweets related to Garuda Indonesia. The number of passengers is the indicator of airline performance. This study focuses on analyzing the effect of tweets about Garuda Indonesia on the number of passengers.

The method to analyze this effect using linear regression. The independent variable comes from tweet data about Garuda Indonesia from January 2015 to December 2019. The dependent variable is data on the number of passengers each month from 2015 to 2019. The best model from the combination of independent variables that are not correlated will be selected based on the calculation of Mean Absolute Percentage Error (MAPE) cross the smallest validation. There are two scenarios in linear regression, namely without lag and with lag 1.

Based on the results of linear regression without lag, there is a relationship between the number of passengers with the percentage of the number of tweets and the proportion of the number of neutral tweets. Based on the results of linear regression with lag 1, it was found that there was a relationship between the number of passengers and the proportion of tweets, the average polarity of positive tweets, and the proportion of neutral tweets.

**Keywords** : e-WOM, Tweet, Twitter, Airline, Linear Regression