

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to know the influence of social media marketing and marketing effectiveness to the satisfaction of visitors of Jakarta History Museum. The research data was collected through observation on May 2015 until December 2015. The method used in this research was accidental sampling from 5.511 people. The sample was selected by Yount method with only 165 respondents. The multiple linear regression method was used on the research. The results showed that social media marketing has no effect on visitors satisfaction in the Jakarta History Museum, while marketing effectiveness affected to visitors satisfaction, social media and marketing effectiveness influence simultaneously to satisfaction of the visitors.*

**Keywords:** *Social Media, Marketing Museum, Marketing Effectiveness, Customer Satisfaction.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sosial media marketing dan efektifitas pemasaran terhadap kepuasan pengunjung Museum Sejarah Jakarta. Data penelitian merupakan data yang dikumpulkan melalui observasi pada May 2015 – Desember 2015. Metode sampling yang digunakan adalah metode accidental sampling dengan 5.511 populasi yang dipilih melalui metode Yount adalah sebesar 165 orang responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Museum Sejarah Jakarta sosial media marketing tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, sedangkan efektifitas pemasaran berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung, sosial media dan efektifitas pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengunjung.

**Kata Kunci:** Sosial Media, Marketing Museum, Efektifitas Pemasaran, Kepuasan Konsumen.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA