

ABSTRAK

Industri kuliner di kota Bandung meningkat sangat pesat, hal tersebut terbukti dengan semakin besarnya pertumbuhan jumlah tempat kuliner di Kota Bandung. Banyaknya jumlah tempat kuliner di Kota Bandung menimbulkan persaingan antar pelaku usaha kuliner. Persaingan tersebut memicu para pelaku usaha kuliner untuk melakukan berbagai macam strategi untuk memasarkan produknya. Dari berbagai macam wisata kuliner yang tersedia di Bandung, kafe yang menyajikan berbagai macam jenis kopi juga menjadi salah satu penyedia kuliner yang mengalami persaingan yang ketat.

Seiring dengan kemajuan teknologi, sosial media kini menjadi salah satu sarana yang digunakan untuk menjual produk, khususnya produk kuliner. Hal ini dikenal sebagai eWOM atau *electronic word of mouth*. Salah satu sosial media yang sering digunakan ialah media sosial Instagram. Para pelaku usaha kuliner menggunakan media sosial Instagram untuk mempromosikan produk yang ditawarkan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti kemudian melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh eWOM terhadap minat beli konsumen pada akun Instagram kafe Armor Kopi di Bandung.

Melalui penelitian ini akan dilakukan pengukuran eWOM (*electronic word of mouth*) dengan tiga dimensi yaitu *Concern for Other, Expressing Positive Feeling, Platform Assistance* terhadap Minat Beli pada akun instagram kafe Armor Kopi di Bandung. Penelitian ini dilakukan dengan menyebar kuisioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 109 responden yang mengikuti akun instagram kafe Armor Kopi. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda yang di olah menggunakan *software SPSS*.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan, di ketahui bahwa *Concern for others, Expressing Positive Feelings* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli. Namun *Platform Assistance* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Berdasarkan hasil penelitian yang memiliki nilai signifikansi yang tinggi adalah *Concern for other* terhadap minat beli. Maka dapat disimpulkan bahwa kepedulian terhadap orang lain sangat berpotensi menjadi salah satu pelanggan Armor kopi adalah alasan terbesar bagi pelanggan untuk membuat review tentang produk.

Kata Kunci: eWOM (*electronic word of mouth*), *Concern for other, expressing positif feeling, platform Assistance, Purchase intantion*