

ABSTRAK

Bandung merupakan kota yang terkenal dengan industri pakaian jadi dengan model yang unik dan sangat mengikuti trend masa kini. Sekarang ini perkembangan industri *fashion* di kota Bandung berkembang begitu pesat, dengan adanya perkembangan industri pakaian yang pesat maka harus dilakukan pemasaran melalui sosial media, dan agar tidak kalah dalam persaingan terbukti dengan banyaknya *factory outlet* dan distro yang sangat banyak di kota Bandung. Era globalisasi membuat dunia usaha telah memasuki persaingan usaha yang sangat ketat. Persaingan usaha ini muncul seiring dengan perkembangan teknologi yang bertambah canggih, mendorong berbagai macam perubahan sistem di dunia, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam dunia bisnis perubahan sistem seperti sistem dalam perdagangan, pemasaran, cara bertransaksi, dan penyampain informasi akan banyak mengalami perubahan. Teknologi yang canggih dengan jaringan internet memudahkan interaksi secara langsung antara konsumen dan pelaku bisnis. Penerapan *Electronic word of mouth* yang benar dan di dukung sistem yang baik, dapat mengatasi permasalahan pemasaran saat ini. Sehingga banyak nya perusahaan yang menerapkan strategi pemasaran melalui *Electronic word of mouth* salah satunya adalah Tio Kingdom Sablon. Perusahaan ini memanfaatkan media sosial *Instagram* untuk melakukan promosi dengan menggunakan akunnya @Tiokingdom_Sablon. *Electronic Word of Mouth* positif dapat terlaksana apabila konten yang berada dalam akun Tio Kingdom Sablon tersebut unik dan menarik melihat fenomena ini Tio Kingdom Sablon sebagai salah satu usaha yang bergerak di bidang sablon pakaian (*fashion*), ingin mendorong konsumen agar melakukan keputusan pembelian di Tio Kingdom Sablon dengan memperkenalkan diri dalam sebuah proses komunikasi yang lebih interaktif kepada konsumen melalui sosial media. Tio Kingdom Sablon ingin mengenalkan keberadaan usahanya kepada khayalak atau calon konsumen secara luas dan bagaimana membuat strategi pemasaran dengan promosi melalui media sosial dapat diterima dan melakukan sebuah keputusan pembelian yang pada akhirnya akan disebarakan melalui *E-WOM (Electonic Word of Mouth)*.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Keputusan Pembelian