

ABSTRAK

Electronic word of mouth menjadi salah satu media promosi yang sering digunakan oleh Morning Glory Cafe maupun Perusahaan untuk mempromosikan usaha mereka. Pada era globalisasi seperti sekarang, media promosi ini sangat mudah dijumpai dikarenakan meningkatnya pengguna internet setiap tahunnya, sehingga perusahaan menggunakan media promosi ini untuk menarik konsumen melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan *electronic word of mouth* yang dilakukan oleh Morning Glory Cafe pada tahun 2018. Untuk mengetahui bagaimana penerapan *electronic word of mouth* melalui sosial media Instagram pada Morning Glory Cafe dari sisi manajemen perusahaan. Bagaimana efektifitas pada promosi menggunakan sosial media Instagram berdasarkan persepsi konsumen. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif.

Hasil dari penelitian yang dilakukan ialah Morning Glory Cafe menjadikan instagram sebagai salah satu media promosi. Hal tersebut menghasilkan beberapa calon konsumen mengetahui dan tertarik untuk mengunjungi Morning Glory.

Keyword : Manajemen Pemasaran, Bauran Promosi, *Word of Mouth*, *Electronic Word of Mouth* .