

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) melalui platform Google Review terhadap keputusan pembelian konsumen di Kaluargi Coffee tahun 2025. Dengan meningkatnya penggunaan internet dan teknologi digital, ulasan konsumen secara online menjadi faktor penting yang memengaruhi perilaku pembelian, khususnya di sektor *food and beverage*. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan survei terhadap 100 responden konsumen Kaluargi Coffee di Bandung. Analisis dilakukan menggunakan regresi linier sederhana untuk menguji hubungan antara variabel e-WOM dan keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan e-WOM melalui Google Review berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan dimensi *intensity*, *valence of opinion*, dan *content* berperan penting dalam membentuk persepsi konsumen. Rata-rata tanggapan responden sebesar 85,6% menunjukkan mayoritas konsumen dipengaruhi informasi dari Google Review. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya pengelolaan ulasan konsumen secara strategis untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth*, Google Review, Keputusan Pembelian, Kaluargi Coffee, *Digital Marketing*