

ABSTRAK

Seiring perkembangan teknologi dan informasi, banyak perusahaan menggunakan media sosial sebagai wadah untuk mempromosikan produk yang dijual. Warunk Upnormal adalah tempat makan yang identik dengan anak muda, menyediakan menu utama bertema mie, roti bakar, susu segar, kopi, *dessert* dan *main course*. Salah satunya Warunk Upnormal yang menggunakan *social media Instagram*. Dari hasil *survey* awal yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa banyaknya komentar yang merekomendasikan Warunk Upnormal, menyebabkan orang tertarik menjadi *followers Instagram* Warunk Upnormal untuk mendapatkan informasi tentang produk di Warunk Upnormal dan berminat untuk mengunjungi Warunk Upnormal. Dalam *social media Instagram* Warunk Upnormal, *followers* memberikan komentar dan *testimonial* pada setiap postingan yang merupakan salah satu bentuk *electronic word of mouth*.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat beli *followers Instagram* Warunk Upnormal Bandung. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kausal dengan metode penelitian yang digunakan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah *followers Instagram* Warunk Upnormal Bandung. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode pengambilan sampel *insidental sampling*. Pada penelitian ini melibatkan 400 orang *followers Instagram* Warunk Upnormal. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli *followers Instagram* Warunk Upnormal Bandung. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui besarnya pengaruh variabel *electronic word of mouth* (X) terhadap minat beli (Y) adalah sebesar 14,9%. Sedangkan sisanya sebesar 85,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti *word of mouth* antar konsumen, promosi yang dilakukan Warunk Upnormal Bandung, kenyamanan tempat, *lifestyle* masyarakat, lokasi yang strategis dan harga yang ditawarkan Warunk Upnormal.

Kata kunci: *Electronic Word of Mouth*, Minat Beli, Perilaku Konsumen