

ABSTRAK

Industri kuliner merupakan sektor yang strategis bagi perkembangan ekonomi di Indonesia. Saat ini kuliner bukan hanya produk konsumsi untuk memenuhi kebutuhan biologis manusia, tetapi juga menjadi gaya hidup baru dikalangan masyarakat. Menurut data dari Kementerian Perindustrian, pertumbuhan industri kuliner di Indonesia mencapai 9,23% pada tahun 2017. Hasil ini dinyatakan meningkat dari tahun 2016 yang sebesar 8,46%. Salah satu tolak ukur keberhasilan suatu bisnis restoran adalah meningkatnya pendapatan dan keuntungan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pendapatan dan keuntungan perusahaan adalah *social media marketing* dan *electronic word of mouth*. Perusahaan yang memiliki *social media marketing* dan *electronic word of mouth* yang baik maka akan meningkatkan *purchase decision process* konsumen di suatu perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* dan *electronic word of mouth* terhadap *purchase decision process* Sate Taichan Goreng pada masyarakat Kota Bandung. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan metode analisis deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel *social media marketing* termasuk dalam kategori baik, Variabel *electronic word of mouth* termasuk dalam kategori baik dan variabel *purchase decision process* termasuk dalam kategori baik. Kesimpulan penelitian ini adalah *social media marketing* dan *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap *purchase decision process* di Sate Taichan Goreng dengan persentase sebesar 58.1%, dan sisanya sebesar 41,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tersebut dapat diartikan dengan semakin baik *social media marketing* dan *electronic word of mouth* yang dimiliki Sate Taichan Goreng maka akan semakin baik juga *purchase decision process* konsumen di Sate Taichan Goreng.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth, Marketing, Purchase Decision Process* dan *Social Media Marketing*.