

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada Widjie Coffee. Widjie Coffee adalah usaha kopi milik mahasiswa Telkom University yang berlokasi di bundaran Telkom University. Widjie coffee sendiri telah berdiri sejak satu tahun yang lalu. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *Word Of Mouth* terhadap minat beli konsumen Widjie Coffee.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan jumlah responden 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan analisis deskriptif, variabel *word of mouth* dan variabel minat beli termasuk ke dalam kategori baik. Sesuai dengan hasil analisis kausalitas bahwa variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa *word of mouth* dapat mempengaruhi minat beli konsumen sebesar 74,4% dan sisanya sebesar 25,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *word of mouth*, minat beli, widjie coffee