

ABSTRAK

Word of Mouth 5T's merupakan sebuah strategi *marketing* yang cukup sering digunakan dalam sebuah strategi *marketing* yang terdiri dari Talkers, Topics, Tools, Taking part, dan Tracking. Auto2000 Sanur menggunakan *Word of Mouth 5T's* sebagai strategi pemasaran dalam mendapatkan pelanggan di masa pandemic covid-19 dimana penurunan konsumen sangat dirasakan oleh Auto2000 Sanur, namun sejak adanya *Word of Mouth 5T's* konsumen yang dimiliki oleh Auto2000 Sanur semakin meningkat secara perlahan. Penelitian ini berupaya untuk mengetahui bagaimana Auto2000 Sanur dalam menjalankan strategi pemasaran *Word of Mouth 5T's* di masa pandemic covid-19. Maka dari itu peneliti mencoba mengetahui apa yang menjadi kendala dan bagaimana pelaksanaan *Word of Mouth 5T's* sehingga dapat meningkatkan jumlah konsumen Auto2000 Sanur. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi dan wawancara. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penggunaan *Word of Mouth 5T's* poin Tools dan juga Taking part yang dilaksanakan oleh Auto2000 Sanur masih kurang maksimal sehingga perlu ditingkatkan lagi.

Kata Kunci: *Word of Mouth, Strategi Pemasaran, Elemen 5T's*