

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana eWOM mempengaruhi keputusan pembelian pada bisnis kuliner di Kota Bandung melalui studi literatur. Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR). Tinjauan literatur sistematis adalah metode yang mengumpulkan semua bukti empiris yang sesuai dengan kriteria kelayakan yang telah ditentukan untuk menjawab pertanyaan penelitian secara spesifik. Hasilnya menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan dari eWOM terhadap pilihan konsumen, menekankan peran TikTok sebagai platform yang dapat dipercaya untuk rekomendasi produk. Sifat konten TikTok yang dinamis dan menarik secara visual, ditandai dengan ulasan dan demonstrasi produk yang autentik, menciptakan bentuk bukti sosial unik yang dapat diterima oleh khalayak luas. Namun, hal ini menunjukkan bahwa eWOM melalui TikTok mungkin tidak secara konsisten memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian apa pun memberikan wawasan tentang kemungkinan alasan hal ini, mengutip format konten TikTok yang pendek dan menghibur yang mungkin membatasi evaluasi produk secara mendalam. Kekhawatiran mengenai keaslian dan kredibilitas, serta rentang perhatian sementara pengguna TikTok, juga disorot sebagai faktor yang dapat mengurangi dampak eWOM.

Istilah indeks: eWOM, Keputusan Pembelian, Tiktok