

**PERAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) OLEH
KONTEN KREATOR DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN
(Pada Usaha Warung Makan Berkah Budhe di Ds.Tulungrejo,
Kampung Inggris, Pare)**

SKRIPSI

Ditulis Sebagai Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

AULIA HIMATUS SYECHA

22403190

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIÁH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYEKH WASIL KEDIRI**

2026

HALAMAN JUDUL

**PERAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) OLEH
KONTEN KREATOR DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN
(Pada Usaha Warung Makan Berkah Budhe di Ds.Tulungrejo, Kam-
pung Inggris, Pare)**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana

Oleh:

**AULIA HIMATUS SYECHA
22403190**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIÁH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SYEKH WASIL KEDIRI
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul

**PERAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) OLEH
KONTEN KREATOR DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN
(Pada Usaha Warung Makan Berkah Budhe di Ds.Tulungrejo, Kam-
pung Inggris, Pare)**

Ditulis Oleh

**AULIA HIMATUS SYECHA
22403190**

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I



**Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E., M.M
NIP. 197712252009012006**

Pembimbing II



**Moch. Zainuddin, M.EI
NIP. 198310302023211007**

NOTA DINAS

Kediri, 04 April 2026

Lampiran : 4 (empat berkas)
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,
Yth, Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 07 – Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Memenuhi Permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Aulia Himatus Syecha
NIM : 22403190
Judul : Peran *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) Oleh Konten Kreator Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen (Pada Warung Makan Berkah Budhe Desa Tulungrejo, Kampung Inggris Pare)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsinya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat diujikan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan banyak terima kasih.

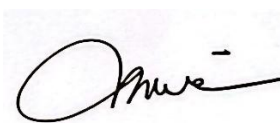
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,



Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E., M.M
NIP. 197712252009012006

Pembimbing II,



Moch. Zainuddin, M.El
NIP. 198310302023211007

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 13 Mei 2026

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada,
Yth, Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 07 Ngronggo, Kediri

Assalamu'alaikum. Wr. Wb.

Bersamaan dengan ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : Aulia Himatus Syecha
NIM : 22403190
Judul : Peran *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) Oleh
Konten Kreator Dalam Meningkatkan Keputusan
Pembelian Konsumen (Pada Warung Makan Berkah
Budhe Desa Tulungrejo, Kampung Inggris Pare)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqosah yang dilakukan pada tanggal 13 Mei 2026 kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb.

Pembimbing I



Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E., M.M
NIP. 197712252009012006

Pembimbing II



Moch. Zainuddin, M.El
NIP. 198310302023211007

HALAMAN PENGESAHAN

PERAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) OLEH
KONTEN KREATOR DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN

(Pada Usaha Warung Makan Berkah Budhe di Ds.Tulungrejo,
Kampung Inggris, Pare)

AULIA HIMATUS SYECHA

22403190

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri pada tanggal 13 Mei 2026

Tim Penguji

1. Penguji Utama

Dr. Muhamad Wildan Fawaid, M.E.I.
NIP. 199010202019031006

(.....)

2. Penguji I

Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E., M.M
NIP. 197712252009012006

(.....)

3. Penguji II

Moch. Zainuddin, M.E.I.
NIP. 198310302023211007

(.....)

Kediri, 13 Mei 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri



Enam Annas Mushlihin, M.H.I.
NIP.197501011998031002

HALAMAN MOTTO

“Sampaikanlah informasi dengan jujur dan amanah, karena kejujuran membawa keberkahan dalam setiap keputusan.”

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.”

(QS. Al-Ahzab: 70)

Nadhif said:

“Bersandar Padaku, Taruh dibahuku, Relakan semua bebas semaumu, Percayalah sayang ini terlewatkan.”

Allah SWT. Said:

Al-Baqoroh: 286

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuan hambanya.”

Az-Zumar: 38

“.....Maka cukuplah Allah bagiku.”

Al-Hadid:4

“.....Dia bersama kamu di manapun kamu berada”

Jangan terlalu khawatir tentang hasil, Fokuslah pada usaha yang terbaik.

Kesuksesanmu bukan “nanti”, akan tetapi
Kamu sudah sedang menjalaninya sekarang_.

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aulia Himatus Syecha
NIM : 22403190
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul *Peran Electronic Word Of Mouth (e-WOM) Oleh Konten Kreator Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Warung Makan Berkah Budhe di Desa Tulungrejo Kampung Inggris, Pare* dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian ataupun seluruhnya. Apabila di kemudian hari terdapat dan dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian atau seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 04 April 2026


nyataan
METERAL
TEMPEL
77ANX359320172
Aulia Himatus Syecha
22403190

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pertama saya ucapkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT. atas segala nikmat, taufiq dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW. yang telah membimbing kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang yakni *addinul islam wal iman*. Skripsi ini saya persembahkan sebagai bukti semangat, usaha, tanggung jawab penulis kepada orang-orang yang sangat berharga dalam hidup penulis. Karya sederhana ini, penulis persembahkan untuk:

1. Teristimewa, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada cinta pertama saya, Bapak Nurhadi dan pintu surgaku Ibu Solikatin, dua sosok berharga dan berjasa dalam kehidupan penulis. Terimakasih telah memberikan fasilitas pendidikan yang sangat layak kepada penulis. Terimakasih atas segala pengorbanan, beribu kesabaran dan kasih sayang tulus yang diberikan kepada penulis. Beliau memang belum sempat merasakan pendidikan pada bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik kepada putra dan putrinya, tak kenal lelah mendoakan keberhasilan disetiap sujudnya dan dorongan untuk kesuksesan penulis, memberikan dukungan baik berupa jasmani maupun rohani, hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Teruntuk kedua orang tuaku, mungkin kata terimakasih belum sepenuhnya mampu membayar semua pengorbanan kalian untuk putrimu ini, berkat doá bapak ibu, kesabaran, pengorbanan, motivasi, dan dukungan kalian, penulis berhasil menuntaskan studi selama perkuliahan dengan baik. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat kesehatan, keberkahan, umur yang panjang, serta membalas seluruh kebaikan, pengorbanan, dan keikhlasan Ibu dan Bapak dengan pahala yang berlipat ganda. Sehat selalu duniaku, hidup lebih lama lagi ya bapak ibu, tunggu Syecha sukses.
2. KH. Hasyim Yusuf berserta Ibu Nyai Hj.Lathifah Hidayaty selaku guru yang sudah dianggap menjadi orang tua kedua penulis. Terimakasih atas segala cinta dan kasih sayang yang tak terhingga, terimakasih atas doá yang tak pernah putus, didikan serta ilmu yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis bisa merasakan fadhilah serta barokah dari beliau.

3. Ibu Dr. Sri Anugrah Natalina S.E., MM dan Bapak Moch. Zainuddin, M.E selaku dosen pembimbing skripsi yang bukan hanya membimbing akademik, akan tetapi juga menjadi pengarah, penyemangat, dan motivator yang luar biasa. Terimakasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan ibu dan bapak telah meluangkan waktu di Tengah kesibukan, atas kesabaran, perhatian, arahan, serta nasihat yang disampaikan dengan tutur kata menenangkan dan tidak pernah menyakiti, sehingga proses bimbingan dapat dijalani dengan rasa aman dan nyaman. Terimakasih telah mempermudah setiap proses, selalu membuka pintu konsultasi dengan lapang, Bapak ibu bukan hanya membimbing dengan ilmu, tetapi juga dengan ketulusan dan kepedulian. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Kesehatan, keberkahan, serta belasan terbaik untuk setiap kebaikan yang Bapak Ibu berikan.
4. Kedua saudaraku tersayang, Rizki Indra Setiyawan dan Aida Roza Fitria, yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, menjadi tempat bertukar pikiran, tempat berkeluh kesah dan menjadi *support system* terbaik bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir dengan baik. Terima kasih atas waktu, materi, doá yang senantiasa dilangitkan dan seluruh hal baik yang diberikan kepada penulis selama ini.
5. Kepada seseorang yang tak kalah pentingnya, Adi Wahyu Kurniawan. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan studi penulis mulai dari jenjang sekolah menengah pertama hingga meraih gelar sarjana, terimakasih telah mendukung, menghibur, dan memberikan semangat kepada penulis. Terimakasih telah menjadi rumah untuk melepas keluh kesah, segala usaha yang diberikan mulai dari waktu, dukungan, doá dan *support* kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan ini dari awal sampai dengan selesai.
6. Sahabat terbaik penulis, Emiliya Martha, Umi Lathifah, Masriatul Dwi Auliya, dan Miladia Rahma. Terimakasih atas setiap waktu yang diluangkan, dukungan yang diberikan, motivasi, semangat, doá yang dipanjatkan, pendengar yang baik, serta menjadi teman yang senantiasa menemani penulis dari awal perkuliahan sampai perkuliahan selesai. *Forever grateful to emil, ifa, aul, and mila who made collage life campus so fun, see you on top guys.*

7. Kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis namun tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala bantuan, dukungan, dan doá yang diberikan kepada penulis selama ini.
8. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri, Aulia Himatus Syecha. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, walaupun dalam perjalanannya sering kali mengeluh, ingin menyerah dan putus asa atas beberapa usaha yang tidak sebanding dengan hasilnya, namun terima kasih telah menjadi manusia kuat yang selalu bisa mengandalkan diri sendiri. Kamu cantik, kamu kuat, kamu hebat dan kamu layak untuk mendapatkan kebahagiaan dan kesuksesan. *God thank you for being me independent woman, I know there are more great ones but I'm so proud of thus achievement.*

ABSTRAK

Aulia Himatus Syecha, Dosen Pembimbing Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E., M.M dan Moch. Zainuddin, M.EI. Peran *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) Oleh Konten Kreator Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen (Pada Warung Makan Berkah Budhe Desa Tulungrejo, Kampung Inggris Pare). Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri 2026.

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM), Konten Kreator, Keputusan Pembelian, *Viewers*

Perkembangan teknologi dan media sosial telah mengubah perilaku konsumen, terutama dalam proses pengambilan keputusan pembelian melalui *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk e-WOM yang dihasilkan oleh konten kreator serta menganalisis perannya dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Warung Makan Berkah Budhe di Desa Tulungrejo, Kampung Inggris Pare.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif untuk memahami peran *Electronic Word Of Mouth* (e-WOM) oleh konten kreator dalam meningkatkan keputusan pembelian pada Warung Makan Berkah Budhe.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-WOM terbentuk secara organik tanpa kolaborasi berbayar, didominasi oleh ulasan positif, dan didukung dengan konten yang menarik dan informatif di media sosial yang mendapatkan intensitas tinggi berupa jumlah *viewers* yang terus meningkat ditandai dengan munculnya pelaku e-WOM baru pada tempat usaha. *Electronic Word Of Mouth* berperan dalam semua tahapan proses pengambilan keputusan pembelian ditandai dengan *Electronic Word Of Mouth* oleh konten kreator dapat memicu munculnya kebutuhan baru melalui daya tarik visual serta peran trend viral di media sosial (FOMO), e-WOM berfungsi sebagai sumber utama yang dianggap memiliki informasi yang lebih kredibel daripada sumber lainnya karena didasari pengalaman nyata, e-WOM membentuk preferensi awal konsumen, sehingga konsumen menyederhanakan proses perbandingan dengan pilihan lain. Memasuki tahap keputusan pembelian, e-WOM berperan dalam mempercepat proses pengambilan keputusan baik secara praktis maupun emosional. Bahkan pada tahap pasca pembelian, e-WOM mendorong terciptanya kepuasan, pembelian berulang, dan merekomendasikan kepada orang lain. Jadi e-WOM yang dihasilkan oleh konten kreator memiliki peran penting dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen sekaligus memperluas jangkauan promosi usaha secara berkelanjutan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, ridho dan hidayah-Nya kepada peneliti sampai skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam kita haturkan kepada Nabi agung Muhammad SAW yang telah menuntun kita dari zaman jahiliyah menuju jalan yang terang benderang yakni *Addinul Islam*. Semoga dengan membaca sholawat kita dapat memperoleh syafaatnya di hari akhirat nanti, Aamiin. Skripsi ini mengungkapkan tentang Peran *Electronic Word Of Mouth (e-WOM)* Oleh Konten Kreator Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen (Pada Warung Makan Berkah Budhe Desa Tulungrejo, Kampung Inggris Pare).

Penulis menyampaikan banyak-banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, baik dukungan langsung maupun tidak langsung. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Wahidul Anam, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri
3. Ibu Nilna Fauza, M.HI. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syaria'h.
4. Ibu Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E., MM dan Bapak Moch. Zainuddin MEI., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dalam memberikan arahan dan bimbingan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Kepada Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Nurhadi dan Ibu Solikatin yang telah memberikan seluruh cinta, ridho dan dukungannya dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Kepada Kedua saudara saya Rizki Indra Setiawan dan Aida Roza Fitria, terimakasih telah hadir dalam dunia ini, terimakasih atas semua kasih sayang dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis.
7. Kepada seseorang yang tak kalah pentingnya, Adi Wahyu Kurniawan. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan studi penulis mulai dari jenjang sanawiyah hingga meraih gelar sarjana, terimakasih telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat kepada penulis.

8. Kepada pihak Warung Makan Berkah Budhe yang telah memberikan izin dan bersedia membantu penyelesaian skripsi ini.
9. Pihak Informan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi terkait skripsi ini.
10. Dan terakhir kepada diri saya sendiri, Terimakasih Aulia Himatus Syecha yang sudah berjuang dan bertahan sampai detik ini.

Semoga jasa yang telah Bapak/Ibu/Saudara/i berikan mendapat balasan yang mulia di sisi Allah SWT dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca. Peneliti mohon maaf jika terjadi kesalahan dalam penulisan skripsi ini, penulis juga sangat mengharapkan saran dan kritik dari semua pembaca sekalian demi kesempurnaan skripsi ini.

Kediri, 04 April 2026

Penulis,

Aulia Himatus Syecha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
NOTA DINAS.....	iv
NOTA PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	20
C. Tujuan Penelitian	20
D. Manfaat Penelitian	21
E. Telaah Pustaka	22

BAB II LANDASAN TEORI	29
A. Keputusan Pembelian Konsumen.....	29
1. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen.....	29
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	30
3. Tahap Keputusan Pembelian Konsumen.....	31
B. <i>Electronic Word Of Mouth</i> (e-WOM).....	34
1. Pengertian <i>Electronic Word Of Mouth</i> (e-WOM).....	34
2. Perbedaan <i>Electronic Word Of Mouth</i> (e-WOM) dengan <i>Word Of Mouth</i> (WOM).....	36
3. Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM).....	37
C. Konten Kreator	42
1. Pengertian Konten Kreator.....	42
2. Peran Konten Kreator dalam Pemasaran Digital	43
3. Indikator Konten Kreator	43
D. Keputusan Pembelian dalam Perspektif Islam	45
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	47
B. Kehadiran Peneliti.....	48
C. Lokasi Penelitian.....	48
D. Data dan Sumber Data	49

E.	Teknik Pengumpulan Data.....	50
F.	Teknik Analisis Data.....	53
G.	Instrumen Pengumpulan Data.....	55
H.	Instrumen Pendukung.....	55
I.	Pengecekan Keabsahan Data.....	56
J.	Tahap-Tahap Penelitian	58
BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN		60
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
1.	Sejarah Singkat Berdirinya Warung Makan Berkah Budhe.....	60
2.	Lokasi Warung Makan Berkah Budhe	62
3.	Visi dan Misi Warung Makan Berkah Budhe	63
4.	Struktur Manajemen Warung Makan Berkah Budhe.....	64
5.	Jam Operasional Warung Makan Berkah Budhe.....	66
B.	Paparan Data.....	66
1.	Bentuk <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) yang dilakukan oleh konten kreator pada Warung Makan Berkah Budhe	68
2.	Peran <i>Electronic Word Of Mouth</i> oleh Konten Kreator dalam meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen pada Warung Makan Berkah Budhe.....	95
C.	Temuan Penelitian	127
BAB V PEMBAHASAN		132

A. Analisis Bentuk <i>Electronic Word Of Mouth</i> yang dilakukan oleh Konten Kreator pada Warung Makan Berkah Budhe	132
B. Analisis Peran <i>Electronic Word Of Mouth</i> Oleh Konten Kreator Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen pada Warung Makan Berkah Budhe.....	142
BAB VI PENUTUP	160
A. Kesimpulan	160
B. Saran.....	162
DAFTAR PUSTAKA	163
LAMPIRAN-LAMPIRAN	169

DAFTAR TABEL

Tabel 1,1	Nama Penjual Ayam Geprek yang terdapat aktivitas E-WOM di Kampung Inggris.....	7
Tabel 1.2	Data Perbandingan Aktivitas E-WOM Warung Makan Berkah Budhe dan Kompetitor.....	8
Tabel 1.3	Bukti Penerapan <i>Electronic Word Of Mouth</i> (e-WOM) pada Warung Makan Berkah Budhe.....	10
Tabel 1.4	Analisis Fenomena E-WOM Pada Warung Makan Berkah Budhe ...	13
Tabel 1.5	Data Konten Kreator yang MelaKukan E-WOM pada Geprek Budhe pada Aplikasi TikTok.....	14
Tabel 1.6	Data Penjualan 3 Tahun Terakhir UMKM Geprek Budhe	17
Tabel 4.1	Identitas Informan Berdasarkan Kriteria Penelitian.....	66
Tabel 4.2	Data Konten Kreator Baru yang Melakukan E-WOM pada Geprek Budhe pada Aplikasi TikTok Periode Akhir Tahun 2025.....	74
Tabel 4.3	Peningkatan Jumlah Konten Kreator yang melakukan <i>Electronic Word Of Mouth</i> pada aplikasi TikTok Per-Tahun.....	75
Tabel 4.4	Laporan Penjualan Pertahun Warung Makan Berkah Budhe Tahun 2023-2025.....	115

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram Presentase Masyarakat Dalam Penggunaan Media Sosial ..	2
Gambar 4.1 Struktur Manajemen Warung Makan Berkah Budhe.....	65
Gambar 4.2 <i>Intensity</i> pada akun sosial media konten kreator pada aplikasi TikTok	76
Gambar 4.3 Bukti <i>Intensity</i> kuantitas komentar, ulasan, maupun testimoni yang ditulis oleh pengguna media sosial.....	77
Gambar 4.4 Dokumentasi komentar positif terkait Warung Makan Berkah Budhe pada akun media sosial Bri Irvan, Sean, dan Kabar Pare.....	82
Gambar 4.5 Komentar pengguna media sosial terkait pelayanan Warung Makan Berkah Budhe.....	85
Gambar 4.6 Komentar pengguna media sosial terkait antrean dan Ketersediaan menu pada Warung Makan Berkah Budhe	87
Gambar 4.7 Komentar pengguna media sosial terkait waktu kunjungan pada Warung Makan Berkah Budhe.....	88
Gambar 4.8 Contoh Konten yang dibuat oleh Konten Kreator Mengenai Warung Makan Berkah Budhe.....	94
Gambar 4.9 Dokumentasi Hasil Pencarian Informasi Warung Makan Berkah Budhe pada Platfrom TikTok, Google dan Google Maps.....	105
Gambar 4.10 Diagram Omzet Penjualan Warung Makan Berkah Budhe sebelum dan sesudah adanya peran e-WOM oleh Konten Kreator.....	117

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Pedoman Wawancara	176
Lampiran II : Dokumentasi	172
Lampiran III : Surat Izin Penelitian	174
Lampiran IV : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	175
Lampiran V : Daftar Konsultasi Bimbingan	176
Lampiran VI : Daftar Riwayat Hidup	177