

## **ABSTRAK**

Perkembangan teknologi membuat masyarakat menjadi lebih mudah dalam berkomunikasi maupun melakukan kegiatan termasuk melalui situs jaringan sosial. Hal ini tentunya juga mempermudah masyarakat dalam membagikan getok tular elektronik mengenai pengalaman mereka dalam mengkonsumsi barang dan jasa termasuk terkait kafe yang mereka kunjungi melalui situs jaringan sosial seperti Twitter, Instagram dan jaringan sosial lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pencerminan nilai diri, nilai yang mencolok, kesesuaian citra diri, kualitas kafe dan kewajaran harga pada niat konsumen dalam melakukan getok tular elektronik.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Metode survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring kepada responden yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Penulis berhasil mendapatkan 220 responden.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pencerminan nilai diri, nilai yang mencolok dan kesesuaian citra diri berpengaruh secara positif dan signifikan pada niat konsumen dalam melakukan getok tular elektronik. Kemudian kualitas kafe berpengaruh positif dan tidak signifikan pada niat konsumen dalam melakukan getok tular elektronik. Sedangkan kewajaran harga tidak berpengaruh secara signifikan pada niat konsumen dalam melakukan getok tular elektronik. Hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada perkembangan perdagangan industri makanan serta minuman dalam menentukan kebijakan strategi pemasaran khususnya terkait kafe.

Kata kunci: pencerminan nilai diri, nilai yang mencolok, kesesuaian citra diri, kualitas kafe, kewajaran harga, dan niat konsumen dalam melakukan getok tular elektronik

## **ABSTRACT**

*Technology development makes it easier for people to communicate and do their activities including through social network sites. It's also makes it easier for people to share electronic word of mouth regarding their experience in consuming product or service including cafe that they visit through social media such as Twitter, Instagram, and other social network sites. This study aims to determine the effect of reflected appraisal of self, conspicuous value, self-image congruity, cafe quality and price fairness on consumer intentions on doing electronic word of mouth.*

*This study using a quantitative approach with survey method. The survey method was done by distributing online questionnaires to respondents who meet predetermined criteria. The writer managed to get 220 respondents.*

*The result of this study indicate that reflected appraisal of self, conspicuous value and self-image congruity has positive and significant effect on consumer intentions on doing electronic word of mouth. Then café quality positively and not significantly effect consumer intentions on doing electronic word of mouth. Price fairness not significantly effect consumer intentions on doing electronic word of mouth. The results of this study can contribute to the growth of food and beverages industry in deciding marketing strategy policies especially café.*

*Key words: reflected appraisals of self, conspicuous value, self- image congruity, café quality, price fairness, consumer intentions on doing electronic word of mouth.*