

ABSTRAK

Di era globalisasi ini, teknologi berkembang pesat, secara tidak langsung mempengaruhi cara individu dan kelompok organisasi mengirim dan menerima informasi dan berkomunikasi satu sama lain. Selain itu, masyarakat diberikan kemudahan dalam mengakses informasi melalui internet. Internet digunakan sebagai penghubung untuk komunikasi sehari-hari. Teknologi canggih seperti Internet dapat berdampak positif pada perubahan gaya hidup masyarakat. E-WOM (*electronic word of mouth*) adalah komunikasi pemasaran yang terjadi secara online melalui media sosial, seperti Internet, dan mencakup pernyataan kepada pelanggan potensial atau masa lalu tentang produk atau merek yang baik atau buruk. Mengingat bahwa kita hidup di masa ketika teknologi berkembang sangat cepat, e-WOM adalah aspek yang paling signifikan dalam pemasaran produk dan merek. Pada penelitian akan dilaksanakan akan membahas mengenai Dampak dari *Food Quality, Price Fairness, Perceived Value, Satisfaction* dan *Electronic Word Of Mouth* pada Makanan Organik SaladStop Plaza Indonesia. Alasan memilih makanan organik sebagai objek penelitian ini adalah karena makanan organik merupakan makanan sangat penting karena dampak yang ditimbulkan sangat berpengaruh bagi diri. Namun saat ini masih banyak masyarakat di luar sana yang lebih suka memilih makanan cepat saji atau junkfood dibandingkan makanan sehat. Sebagian orang juga lebih menyukai makanan yang sudah familiar dengan keseharian mereka dan keakraban sering dikaitkan dengan tradisi yang dianut keluarga.

Kata Kunci : *Food Quality, Price Fairness, Perceived Value, Satisfaction* dan *Electronic Word Of Mouth*