

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN BRAND  
TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOPEE  
( Study pada pengguna Shopee di STIE PGRI Jombang )**

**ABSTRAK**

Oleh:

**DEDY DWI PURWANTO**

Dosen Pembimbing

Drs Indra Kurniawan, S. Sos., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Electronic Word of Mouth (e-Wom)* terhadap Keputusan Pembelian dan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Populasi adalah Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang Angkatan 2017 jurusan Manajemen pengguna *Shopee* yang berjumlah 235 dengan sampel penelitian sebanyak 71 mahasiswa, analisa data dengan menggunakan metode statistik Regresi Linier berganda dan pengujian hipotesis dan koefisien diterminasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa E-WOM yang baik dapat menentukan perubahan perilaku konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Semakin baik E-WOM, semakin tinggi keputusan pembelian dan Brand Trust sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian. Semakin baik promosi semakin tinggi keputusan pembelian

***Kata Kunci: E-WOM, brand trust dan Keputusan Pembelian***

**THE EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) AND  
BRAND TRUST ON PURCHASE DECISIONS AT SHOPEE  
(Study on Shopee users in STIE PGRI Jombang)**

**ABSTRACT**

By:

**DEDY DWI PURWANTO**

Advisor

Drs Indra Kurniawan, S. Sos., MM

This study aims to determine and explain the effect of Electronic Word of Mouth (e-Wom) on Purchase Decisions and to determine and explain the influence of Brand Trust on Purchase Decisions. The population is STIE PGRI Dewantara Jombang Students Class of 2017 majoring in Shopee user management, totaling 235 with a research sample of 71 students, data analysis using multiple Linear Regression statistical methods and hypothesis testing and termination coefficients. Based on the results of the study indicate that a good E-WOM can determine changes in consumer behavior to make purchasing decisions. The better the E-WOM, the higher the purchase decision and Brand Trust is very important in determining the purchase decision. The better the promotion, the higher the purchase decision

Keywords: E-WOM, brand trust and Purchase Decision