

ABSTRAK

Riska Sari Setiawan, NIM 3402220476. “Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan Kepercayaan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Galuh Konsumen Skintific Di Shopee)”. Dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Yusup Iskandar, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Ibu Dr. Marlina Nurlestari, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan Kepercayaan Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2022 Universitas Galuh Konsumen Skintific Di Shopee). Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1]. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2022 Konsumen Skintific di Shopee; 2]. Pengaruh Kepercayaan Online terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2022 Konsumen Skintific di Shopee; 3]. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Kepercayaan Online terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Angkatan 2022 Konsumen Skintific di Shopee.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis datanya yaitu yang Analisis Koefisien Korelasi Sedehana, Koefisien Determinasi, Uji T, Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Koefisien Korelasi Berganda dan Uji f. Dari hasil penelitian, berdasarkan analisis koefisien korelasi menunjukkan bahwa *Electronic Word of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,860. Dengan besarnya pengaruh 74% dan 24% sisanya dipengaruhi faktor lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan Online berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0,896. Dengan besarnya pengaruh 80,3% dan 19,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa korelasi sebesar 0,914. Dengan besarnya pengaruh 83,5% dan 16,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Diharapkan Skintific sebagai salah satu produk yang dipasarkan melalui Shopee dapat meningkatkan kualitas *Electronic Word of Mouth* dan Kepercayaan Online guna mendorong peningkatan Keputusan Pembelian konsumen, khususnya pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Galuh Angkatan 2022

Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth*, Kepercayaan Online dan Keputusan Pembelian