

**PENGARUH *EWOM* (*ELECTRONIC WORD OF MOUTH*) DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Online Shop DRRSHOPJOMBANG)**

ABSTRAK

Oleh:

Desy Restuning Rahayu

Dosen Pembimbing:

Indra Kurniawan, S.Sos., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *EWOM* (*Electronic Word Of Mouth*) dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen *online shop* DRRShopJombang. Metode penelitian dilakukan dengan metode survei yaitu dengan menyebarkan angket. Populasi penelitian adalah konsumen DRRShopJombang yang datanya sudah terkontak dengan jumlah sampel 110 orang. Metode yang digunakan dalam penarikan sampel ini adalah teknik acak sederhana (*simple random sampling*). Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *EWOM* (*Electronic Word Of Mouth*) dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji asumsi yang didapat yaitu data berdistribusi normal, tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam regresi, dan tidak terjadi masalah heterokedastisitas dalam model regresi.

Kesimpulan yang diperoleh yaitu *EWOM* (*Electronic Word Of Mouth*) berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Electronic Word Of Mouth*, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian.

***EWOM EFFECT (ELECTRONIC WORD OF MOUTH) AND CONSUMER
TRUST ON PURCHASE DECISION
(Study On Online Consumer Shop DRRSHOPJOMBANG)***

ABSTRACT

**By:
Desy Restuning Rahayu**

**Supervisor:
Indra Kurniawan, S.Sos., MM**

This study aims to determine the influence of *EWOM (Electronic Word Of Mouth)* and consumer confidence in consumer purchasing decisions online shop DRRShopJombang. The research method is done by survey method that is by spreading the questionnaire. The population of the study was consumers of DRRShopJombang whose data had been contacted with a sample size of 110 people. The method used in this sampling is a simple random sampling technique. Test instrument used in this research is to use validity and reliability test. Data analysis in this study using simple linear regression.

The results of this study indicate that *EWOM (Electronic Word Of Mouth)* and consumer confidence have a positive and significant effect on purchasing decisions. The assumption test obtained is normal distributed data, there is no multicollinearity between independent variables in regression, and there is no problem of heterokedastisitas in regression model.

The conclusion obtained is *EWOM (Electronic Word Of Mouth)* effect on purchasing decisions, consumer confidence has an effect on purchasing decision.

Keywords: *Electronic Word Of Mouth, Consumer Confidence, Purchase Decision.*