

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan konsumen sebagai mediasi pada *marketplace* shopee di Kota Jambi. Pengumpulan data dilakukan dengan survei menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 100 responden di Kota Jambi. Alat analisis yang digunakan adalah Smart PLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Electronic word of mouth* berpengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *Electronic word of mouth* berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen, kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kesimpulan dari pengaruh mediasi penelitian ini adalah kepercayaan konsumen mampu memediasi variabel *Electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *marketplace* shopee.

Kata Kunci: *Electronic word of mouth*, Kepercayaan, keputusan pembelian

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of electronic word of mouth on purchasing decisions with consumer trust as a mediation in the shopee marketplace in Jambi City. The data was collected by survey using a questionnaire given to 100 respondents in Jambi City. The analytical tool used is Smart PLS 3. The results show that electronic word of mouth has a direct and significant effect on purchasing decisions, Electronic word of mouth has an effect on consumer trust, trust has an effect on purchasing decisions, the conclusion of the mediation effect of this study is that consumer trust is capable mediate the variable Electronic word of mouth on consumer purchasing decisions in the shopee marketplace. .

Keywords: *Electronic word of mouth, trust, purchase decisions*