

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *PURCHASE DECISION* PADA LAYANAN *RIDE HAILING* DI KOTA BATAM

Muhammad Wisnu Istiqal Dr
NPM: 1541158

Abstrak

Tujuan dari penelitian yang dibuat ini ditunjukkan untuk mempelajari pengaruh hubungan antara variabel EWOM dengan *social media usage* yang dapat mempengaruhi *purchase decision involvement* terhadap aplikasi Go-jek dan Grab dengan *trust* sebagai *Intervening* nya.

Objek yang akan diteliti ini adalah para pengguna aplikasi Go-jek dan Grab di kota Batam dan terlibat dalam beberapa EWOM di *social media* facebook, twitter, dan instagram. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode *purposive sampling*, yang dimana sampel dari penelitian wajib memenuhi kriteria dari tujuan utama penelitian ini, sedangkan metodologi yang digunakan oleh penelitian ini yaitu metode PSS dan *smart PLS* versi 3.0 untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen (EWOM, *social media usage*) dan variabel mediasi (*trust*) terhadap variabel dependen (*purchase decision involvement*)

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa *social media usage* berpengaruh signifikan positif terhadap variabel mediasi (*trust*), dan variabel dependen (*purchase decision involvement*) secara langsung. EWOM juga berpengaruh signifikan positif secara tidak langsung terhadap *purchase decision involvement* melalui variabel mediasi (*trust*).

Kata kunci: *EWOM, Social Media Usage, Trust, Purchase Decision Involvement.*