

ABSTRAK

Azizah Pratika Sari (2015/15053003) : Pengaruh *E-Word of Mouth* dan *E-Trust* Terhadap *E-Purchase Decision* Mahasiswa Universitas Negeri Padang Pada *Marketplace* Lazada

Pembimbing : Rose Rahmidani, S.Pd, M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) pengaruh *E-Word of Mouth* pada *E-Trust* terhadap *E-Purchase Decision* mahasiswa Universitas Negeri Padang pada *Marketplace* Lazada, 2) pengaruh *E-Word of Mouth* terhadap *E-Purchase Decision* mahasiswa Universitas Negeri Padang pada *Marketplace* Lazada, 3) pengaruh *E-Trust* terhadap *E-Purchase Decision* mahasiswa Universitas Negeri Padang pada *Marketplace* Lazada. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Padang yang pernah menggunakan *Marketplace* Lazada untuk berbelanja *online*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan dengan ukuran sampel 100 responden dengan menggunakan formula *Cochran*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur menggunakan SPSS ver.21. Dengan menggunakan analisis jalur hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *E-Word of Mouth* mempengaruhi *E-Trust* terhadap *E-Purchase Decision* mahasiswa Universitas Negeri Padang pada *Marketplace* Lazada, (2) *E-Word of Mouth* mempengaruhi *E-Purchase Decision* mahasiswa Universitas Negeri Padang pada *Marketplace* Lazada, (3) *E-Trust* mempengaruhi *E-Purchase Decision* mahasiswa Universitas Negeri Padang pada *Marketplace* Lazada.

Kata Kunci : *E-Word of Mouth, E-Trust, E-Purchase Decision*