

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan kepercayaan konsumen terhadap niat beli produk di Shopee Indonesia. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana *Electronic Word of Mouth* di Shopee Indonesia, bagaimana kepercayaan konsumen di Shopee Indonesia, bagaimana niat beli produk di Shopee Indonesia, dan untuk mengetahui besarnya pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan kepercayaan konsumen secara simultan dan parsial terhadap niat beli produk di Shopee Indonesia.

*Electronic Word of Mouth* adalah pernyataan positif atau negatif yang dibuat oleh pelanggan potensial atau pelanggan sebelumnya mengenai produk atau perusahaan yang disediakan bagi banyak orang dan bagi lembaga melalui internet (Hennig-Thurau dalam Lin, et al., 2013:31). Menurut Ujang Sumarwan (2011:165-166), kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya, dan manfaatnya. Sari dan Kusuma (2014:54) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa niat beli konsumen diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi.

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah dekriptif dan kausal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Electronic Word of Mouth* dan Kepercayaan Konsumen terhadap Niat Beli Produk di Shopee Indonesia sebesar 21,8% sedangkan sisanya sebesar 78,2% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan dari penelitian ini, variabel E-WOM secara keseluruhan berada pada kategori sangat baik. Variabel kepercayaan konsumen secara keseluruhan berada pada kategori baik. Variabel niat beli produk secara keseluruhan berada kategori baik

**Kata Kunci:** *Electronic Word of Mouth*, Kepercayaan Konsumen, Niat Beli Produk, Shopee.