

ABSTRAK

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*, PERSEPSI RESIKO, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA SHOPEE PAYLATER

Oleh:

Ni Made Melinda Selvia

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth*, persepsi resiko, dan kepercayaan terhadap keputusan pengguna Shopee Paylater. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausalitas. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna Shopee Paylater di Indonesia. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 180 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth*, persepsi resiko, dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pengguna Shopee Paylater

Kata Kunci: *Electronic Word Of Mouth*, Persepsi Resiko, Kepercayaan Dan Keputusan Pengguna

ABSTRACT

EFFECT OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH, RISK PERCEPTION, AND TRUST ON USER DECISIONS SHOPEE PAY LATER

By:

Ni Made Melinda Selvia

This study aims to determine the effect of electronic word of mouth, risk perception, and trust on the decisions of Shopee Paylater users. The type of research used is quantitative causality research. The population selected in this study are all Shopee Paylater users in Indonesia. The sampling method used in this study is a nonprobability sampling method using a purposive sampling technique. The sample used in this study was 180 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results of the study show that electronic word of mouth, perceived risk, and trust influence the decisions of Shopee Pay later users.

Keywords: Electronic Word Of Mouth, Perceived Risk, Trust, And User Decisions

