

ABSTRAK

Devita Febrianti. 2023. Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian dengan *Word of Mouth* sebagai Variabel Intervening pada Pengguna Shopee (Studi pada Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2019). Skripsi. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) H. Suryadi, S.E.,M.M. Pembimbing (II) H. Suwanto, S.E.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara langsung antara kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian dengan *word of mouth* sebagai variabel intervening. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mengukur variabel kualitas layanan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan dengan menggunakan kuisioner tertutup. Skala penskoran kuisioner pada masing-masing variabel adalah 1-5 sehingga secara teroris rentang skor yang diperoleh responden berada antara 20-100. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada sampel sebanyak 50 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis jalur (path) dengan bantuan aplikasi SPSS Versi 25.0. hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara langsung antara kualitas layanan terhadap *word of mouth* pada pengguna shopee. Ada pengaruh secara langsung kemudahan penggunaan terhadap *word of mouth* pada pengguna shopee. Ada pengaruh secara langsung kepercayaan terhadap *word of mouth* pada pengguna shopee. Ada pengaruh secara langsung kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada pengguna shopee. Ada pengaruh secara langsung kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian pada pengguna shopee. Ada pengaruh secara langsung kepercayaan terhadap keputusan pembelian pada pengguna shopee. Ada pengaruh secara langsung *word of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada pengguna shopee

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, *Word Of Mouth*, Keputusan Pembelian