

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA USAGE* DAN *ELECTRONIC  
WORD OF MOUTH (E-WOM)* YANG DIMEDIASI OLEH *TRUST*  
TERHADAP *PURCHASE DECISION* PADA *CAFE 13* DI LUBUK  
SIKAPING KABUPATEN PASAMAN TIMUR**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program  
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

**Rasnepita**

**1810552019**

**Dosen Pembimbing : Jauharry, SE., MM**

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**KAMPUS II PAYAKUMBUH**

**FEBRUARI 2022**

**Analisis Pengaruh *Social Media Usage* Dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Yang Dimediasi Oleh *Trust* Terhadap *Purchase Decision* Pada *Cafe 13* Di Lubuk Sikaping Kabupaten Pasaman Timur**

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *social media usage*, *electronic word of mouth* yang dimediasi oleh *trust* terhadap *purchase decision*. Penelitian ini dilakukan pada pelanggan *cafe 13* di Lubuk Sikaping Kabupaten Pasaman Timur. Penelitian dilakukan survey dan mengumpulkan data dari sampel sebanyak 105 responden yang membeli produk *cafe 13* dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menganalisis data menggunakan software *SmartPLS 3.3.3* dengan teknik pengolahan berupa *Structural Equation Modeling (SEM)*. Hasil penelitian ini menemukan bahwa *social media usage* dan *electronic word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision*. *Social media usage* dan *electronic word of mouth* juga berpengaruh signifikan terhadap *purchase decision* yang dimediasi *trust*.

