

**PENGARUH *E-WOM* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG DENGAN DIMEDIASI OLEH  
*BRAND TRUST***

**(Survei Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta)**

Annas Faishal Mahfuzh

NIM. 141200124

E-mail : [141200124@student.upnyk.ac.id](mailto:141200124@student.upnyk.ac.id)

Dosen Pembimbing :

Sri Harjanti, S.E., M.Si.

**ABSTRAK**

Penelitian ini membahas Pengaruh *E-Wom* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Dengan Dimediasi Oleh *Brand Trust*. Data penelitian kuantitatif dengan metode kuesioner sebanyak 100 responden pada mahasiswa aktif di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta berdasarkan *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan PLS-SEM dengan alat analisis data SmartPLS versi 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: *e-wom* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung secara signifikan, kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung secara signifikan, *brand trust* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung secara signifikan, *e-wom* memiliki pengaruh terhadap *brand trust* samsung, kualitas produk memiliki pengaruh terhadap *brand trust* samsung, *e-wom* yang dimediasi *brand trust* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung secara signifikan, kualitas produk yang dimediasi *brand trust* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* samsung secara signifikan.

**Kata Kunci :** *E-WoM*, Kualitas Produk, *Brand Trust*, Keputusan Pembelian

**PENGARUH E-WOM DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DENGAN DIMEDIASI OLEH  
BRAND TRUST**

**(Survei Pada Mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta)**

Annas Faishal Mahfuzh

NIM. 141200124

E-mail : [141200124@student.upnyk.ac.id](mailto:141200124@student.upnyk.ac.id)

Dosen Pembimbing :

Sri Harjanti, S.E., M.Si.

**ABSTRACT**

*This research aim to investigate and explore the influence of e-wom and product quality on purchase decision of Samsung Smartphones Mediated by Brand Trust. Research data quantitative using a questionnaire method of 100 respondents among active students in National Development University "Veteran" Yogyakarta based on purposive example. Data were analyzed using PLS-SEM with the SmartPLS data analysis tool version 4. The research results show that: e-wom has an influence on Samsung smartphone purchasing decisions significantly, the quality of the product has significant influence on the decision to purchase a Samsung smartphone, brand Trust has an influence on the decision to purchase a Samsung smartphone Significantly, e-WOM has an influence on Samsung brand trust and prouct quality has an influence on Samsung brand trust, e-WOM which is mediated by brand trust has an influence on the decision to purchase a Samsung smartphone significantly, product quality mediated by brand trust has an influence on Samsung smartphone purchasing decisions significantly*

**Keywords :** E-WoM, Product Quality, Purchase Decision, Brand Trust