

# **PENGARUH KEPERCAYAAN, GAYA HIDUP DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MELALUI WEBSITE LAZADA PADA MAHASISWA UNIVERSITAS BUNG HATTA PADANG**

**Uga Saputra<sup>1</sup>, Irda<sup>2</sup>, Reni Yuliviona<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

<sup>2,3</sup>Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas bung Hatta

E-mail : [uga.saputra25@gmail.com](mailto:uga.saputra25@gmail.com), [irda1987@yahoo.com](mailto:irda1987@yahoo.com), [reniyuliviona@gmail.com](mailto:reniyuliviona@gmail.com)

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kepercayaan, gaya hidup, dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen melalui *website* Lazada pada mahasiswa Universitas Bung Hatta. Pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan berjumlah 100 orang mahasiswa Universitas Bung Hatta yang dipilih dengan metode proporsional random sampling. Alat analisis yang digunakan untuk membuktikan kebenaran hipotesis adalah regresi berganda dan pengujian t-statistik. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa kepercayaan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen melalui *website* Lazada pada mahasiswa di Universitas Bung Hatta Padang, sedangkan *electronic word of mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen melalui *website* Lazada pada mahasiswa di Universitas Bung Hatta Padang.

Kata Kunci: Kepercayaan, Gaya Hidup, *Electronic Word of Mouth* & Keputusan Pembelian