

## ABSTRAK

Pada saat ini, orang-orang dipengaruhi oleh banyak hal dan faktor yang terjadi pada internet dalam melakukan keputusan dalam pembelian. Pengguna internet lebih mengutamakan dan aktif pada media sosial. Dikarenakan sebagai media komunikasi media sosial juga sebagai alat komunikasi dalam melakukan pertukaran informasi secara online dengan mengadopsi digitalisasi, atau disebut sebagai *Electronic word of mouth*. Pertamina yang merupakan suatu produk dari perusahaan BUMN juga melakukan kegiatan pemasaran secara digital dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana dalam memasarkan produk dan jasa yang ditawarkan atau biasa juga disebut dengan *social media marketing*. Maka dari itu, penelitian ini memiliki tujuan dalam mengetahui seberapa besar pengaruh dari *Social Media Usage* dan *Electronic word of mouth* atas keputusan pembelian, melalui 4 variabel yang ditetapkan, yaitu *Social Media Usage*, *Electronic word of mouth*, *Trust*, dan Keputusan Pembelian.

Penelitian dilakukan dengan penggunaan metode kuantitatif dan jenis penelitian yang konklusif kausal. Dengan menetapkan populasinya yaitu masyarakat di Bandung Raya, dan sampel yang berjumlah 415 responden. Dengan menggunakan teknik *non-probability* dan *purposive sampling*, dilakukan distribusi kuesioner secara *online* melalui Google Form. Teknik analisis data yang dipergunakan di penelitian ini adalah dengan metode *structural equation modelling* (SEM) menggunakan *software LISREL* versi 8.80.

Berdasarkan hasil penelitian berdasarkan hasil penelitian, variabel *social media usage* tidak berpengaruh terhadap dalam keputusan pembelian. *Electronic word of mouth* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. *Social media usage* dan variabel *Electronic word of mouth* berpengaruh terhadap *Trust*. *Trust* mempengaruhi keputusan pembelian. *Social media usage* tidak mempengaruhi keputusan pembelian yang dimediasi oleh *Trust*. *Electronic word of mouth* tidak mempengaruhi dalam keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Social Media Usage, *Electronic word of mouth*, Keputusan Pembelian, Pertamina, SEM.