

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Word Of Mouth* dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Online di Shopee pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Malikussaleh. Jumlah Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 mahasiswa dengan tehnik pengambilan *Nonprobability sampling*. Metode pengumpulan data adalah kuesioner dan wawancara Tehnik analisis menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara serentak *Word Of Mouth* dan Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial (uji t) variabel *Word Of Mouth* dan Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa *Word Of Mouth* dan Kepuasan Konsumen berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian dan hasil dari nilai R Square didapat adalah 0,486 menunjukkan hubungan antara *Word Of Mouth* (X1) dan Kepuasan Konsumen (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 48,6 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti digital marketing.

Kata Kunci : *Word Of Mouth*, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian