



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial dan getok tular daring pada keterlibatan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu penggunaan media sosial dan getok tular daring, satu variabel mediasi yaitu kepercayaan dan satu variabel dependen yaitu keterlibatan keputusan pembelian.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability* dengan teknik purposive sampling. Jumlah sampel sebanyak 200 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebar dengan kriteria yang sudah ditentukan yaitu aktif menggunakan media sosial, aktif melakukan interaksi getok tular daring, dan berusia antara 20-38 tahun.

Metode dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda dan metode Baron & Kenny (1998) dengan menggunakan alat analisis SPSS 20. Temuan yang didapatkan dalam penelitian ini adalah kepercayaan memediasi hubungan antara penggunaan media sosial dan keterlibatan keputusan pembelian, kepercayaan memediasi hubungan antara getok tular daring dan keterlibatan keputusan pembelian, penggunaan media sosial secara positif dan signifikan mempengaruhi keterlibatan keputusan pembelian secara langsung, dan getok tular daring secara positif dan signifikan mempengaruhi keterlibatan keputusan pembelian secara langsung.

Kata kunci: Penggunaan media sosial, getok tular daring, milenial keterlibatan keputusan pembelian