

ABSTRAK

PENGARUH *SHOPPING LIFESTYLE*, *BRAND LOVE* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION ERIGO DI INSTAGRAM

Oleh:

Dian Novita Sari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *shopping lifestyle*, *brand love* dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian pada produk fashion Erigo di Instagram. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah membeli produk fashion Erigo. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* maka diperoleh 200 responden. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menyatakan bahwa *shopping lifestyle*, *brand love* dan *brand trust* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk fashion Erigo di Instagram

Kata Kunci: *Shopping Lifestyle*, *Brand Love*, *Brand Trust* Dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SHOPPING LIFESTYLE, BRAND LOVE AND BRAND TRUST IN ERIGO FASHION PRODUCT PURCHASING DECISION ON INSTAGRAM

By:

Dian Novita Sari

This research aims to determine the influence of shopping lifestyle on brand love and brand trust on purchasing decisions for Erigo fashion products in Instagram. The type of research used was associative quantitative research. The population in this research were all consumers who had purchased Erigo fashion products on Instagram. The sampling method used in the research was nonprobability sampling using purposive techniques sampling, so 200 respondents were obtained. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. Analysis results stated that shopping lifestyle, brand love, and brand trust affect purchasing decisions for Erigo fashion products on Instagram

Keywords: Shopping Lifestyle, Brand Love, Brand Trust, Purchase Decision.