

ABSTRAK**PENGARUH KEPERCAYAAN, PROMOSI DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND FASHION ERIGO*
PADA SHOPEE****Oleh :****Anang Bagus Syahdewa****Anangdewa.2012110097@mail.darmajaya.ac.id**

Shopee merupakan *e-commerce* yang menduduki peringkat pertama di Indonesia dengan jumlah kunjungan perbulan mencapai 227,6 juta mengalahkan *e-commerce* lain. Salah satu segmentasi pasar yang diminati adalah produk *fashion* dan *brand* yang paling laris yaitu erigo dengan *followers* 7,5 juta. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, promosi dan *service quality* terhadap keputusan pembelian *brand fashion* erigo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan *service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *software* SPSS versi lama disarankan menggunakan *software* lain seperti *evIEWS* maupun PLS.

Kata kunci : kepercayaan, promosi, *service quality*, keputusan pembelian

ABSTRACT**THE INFLUENCE OF TRUST, PROMOTION AND SERVICE QUALITY
ON PURCHASING DECISIONS FOR THE ERIGO FASHION BRAND****By :****Anang Bagus Syahdewa****Anangdewa.2012110097@mail.darmajava.ac.id**

Shopee is an e-commerce that is ranked first in Indonesia with the number of monthly visits reaching 227.6 million beating other e-commerce. One of the market segmentations in demand is fashion products and the best-selling brand is erigo followers 7,5 million. The purpose of this study was to determine the effect of trust, promotion and service quality on purchasing decisions for erigo fashion brands. This research uses quantitative methods. Samples in this study were 100 respondents. The results of this study indicate that trust has a significant effect on purchasing decisions, promotion has a significant effect on purchasing decisions and service quality has a significant effect on purchasing decisions. The limitation in this research is that it used an old version of SPSS software, it is recommended to use other software such as Eviews or PLS.

Keywords: trust, promotion, service quality, purchasing decisions