

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor Promosi Penjualan, Desain Produk, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan membeli produk *fashion* merek Erigo secara online. Data penelitian ini yang akan digunakan adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang diisi oleh konsumen yang sudah membeli produk Erigo secara online. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa desain produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan promosi penjualan dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Promosi Penjualan, Desain Produk, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to identify the factors of Sales Promotion, Product Design, and Consumer Trust in the Decision to buy Erigo brand fashion products online. The research data that will be used is primary data obtained from distributing questionnaires filled out by consumers who have purchased Erigo products online. The number of samples used was 100 respondents. The results of this study indicate that product design has a positive and significant influence on purchasing decisions. While sales promotion and trust has no effect on purchasing decisions.

Keywords: *Sales Promotion, Product Design, Consumer Trust, Purchase Decision*

