

## ABSTRAK

**Daffa Faizah Rahmadani**, “Analisis *E – Trust*, *E – Wom*, Dan *E – Service Quality* Dalam Keputusan Pembelian *Online* (Studi Pada Konsumen Produk Eiger”. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Purworejo, 2023.

Disrupsi ekonomi identik dengan kemajuan perdagangan. Salah satunya adalah berbelanja secara *online* yang menjadi alternatif pilihan konsumsi karena mudah dan praktis sehingga tidak ada lagi batasan antar ruang dan waktu pada saat bertransaksi. Hal itu juga terjadi pada konsumen produk Eiger. Dalam bertransaksi, mereka akan menentukan keputusan pembelian secara *online* dengan mempertimbangkan beberapa hal. Pertama, ada atau tidaknya *e-trust* karena masih terdapat banyak penipuan dalam transaksi jual-beli *online*. Kedua, adanya keraguan terhadap keakuratan *e-wom* karena kesulitan dalam menilai tingkat kepercayaan sumber pesan tersebut. Ketiga, sejauhmana tingkat *e-service quality* yang diberikan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh (1) *E-trust* terhadap keputusan pembelian *online*. (2) *E-wom* terhadap keputusan pembelian *online*. (3) *E-service quality* terhadap keputusan pembelian *online*.

Penelitian ini berjenis kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Populasi penelitian ini adalah semua konsumen Eiger yang pernah melakukan pembelian secara *online* dan tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 150 responden. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *likert* yang terjawab secara lengkap, sesuai kriteria, dan memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, menunjukkan bahwa *e-trust*, *e-wom*, dan *e-service quality* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *online* produk Eiger di Purworejo.

**Kata kunci :** *e-trust*, *e-wom*, *e-service quality*, dan keputusan pembelian *online*