

# **PENGARUH HARGA, *WORD OF MOUTH* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN BERBELANJA *ONLINE FASHION* PADA SITUS ZALORA DI KOTA PADANG**

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, *word of mouth*, dan kepercayaan terhadap keputusan berbelanja *online fashion* pada situs Zalora di Kota Padang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan menggunakan kuisioner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berbelanja *online fashion* pada situs Zalora di Kota Padang. Begitu juga dengan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berbelanja *online fashion* pada situs Zalora di Kota Padang. Selanjutnya kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berbelanja *online fashion* pada situs Zalora di Kota Padang.

**Kata kunci: Harga, promosi, gaya hidup dan keputusan pembelian**

***EFFECT OF PRICE, WORD OF MOUTH AND TRUSTS ON SHOPPING ONLINE  
FASHION DECISIONS ON THE ZALORA SITE IN PADANG CITY***

***ABSTRACT***

*The purpose of this study was to find out the effect of price, word of mouth and trust in the online shopping decision on the Zalora site in Padang City. The sampling method in this study is Purposive Sampling. The types of data collected in this study are primary data obtained using questionnaires. The analytical method used in this study is the analysis of Multiple Linear Regression.*

*The results showed that the price had a positive and significant effect on online fashion shopping decisions on the Zalora site in the city of Padang. Word of mouth has a positive and significant influence on online fashion shopping decisions on the Zalora site in Padang City and trust has a positive and significant effect on online fashion shopping decisions on the Zalora site in Padang City.*

***Keywords: Price, word of mouth, trust and shopping decisions***