

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis bagaimana pengaruh *e-service quality*, *ewom* dan *consumer trust* terhadap keputusan pembelian pada produk Gariswaktu.pm di Shopee. Kebutuhan informasi yang cepat dan tepat sangat dibutuhkan dalam era globalisasi saat ini dikarenakan terjadinya peningkatan akan keragaman dan kebutuhan masyarakat modern. Sejak tahun 1960-an hingga saat ini, internet mengalami perkembangan yang pesat, hadir dengan sifat tanpa batasnya dan memberikan kemudahan bagi penggunaannya. Mewabahnya internet juga berdampak bagi beberapa sektor. Dalam sektor perdagangan, kehadiran internet mengubah perilaku konsumen dari awalnya belanja secara konvensional menuju belanja secara *online*. Melihat trend belanja *online* yang meningkat telah banyak melahirkan *platform e-commerce*, Shopee adalah salah satu dari sekian banyak aplikasi *e-commerce* yang dapat diakses di Indonesia. Shopee menyediakan berbagai macam kategori produk, termasuk fesyen, aksesoris, teknologi, perlengkapan rumah tangga, kesehatan, dan kecantikan. Aksesoris merupakan produk yang menarik bagi orang-orang, tanpa melihat usia dan latar belakang, aksesoris menjadi barang yang paling populer. Gariswaktu.pm adalah salah satu pelaku UMKM di Kabupaten Jember yang mendistribusikan produk aksesoris melalui *platform e-commerce* Shopee. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan data numerik yang diolah dengan SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah membeli produk Gariswaktu.pm di Shopee, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui *google forms* secara *online*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis yang dipakai adalah uji t dan koefisien determinan (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* secara signifikan dan positif mempengaruhi keputusan pembelian. *Ewom* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan terakhir *consumer trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, *Ewom*, *Consumer Trust* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the influence of e-service quality, electronic word of mouth (ewom), and consumer trust on purchasing decisions of Gariswaktu.pm products on Shopee. The need for fast and accurate information is crucial in today's era of globalization due to increasing diversity and the evolving needs of modern society. Since the 1960s, the internet has developed rapidly, characterized by its boundless nature and the convenience it offers to users. The widespread use of the internet has impacted various sectors. In the trade sector, the internet has transformed consumer behavior from traditional shopping to online shopping. Given the rising trend of online shopping, many e-commerce platforms have emerged Shopee being one of the most accessible platforms in Indonesia. Shopee offers a wide range of product categories, including fashion, accessories, technology, household goods, health, and beauty. Accessories are particularly appealing to people of all ages and backgrounds, making them one of the most popular product categories. Gariswaktu.pm is a micro, small, and medium enterprise (MSME) based in Jember Regency that sells accessories through the Shopee e-commerce platform. This research employs a quantitative methodology using numerical data processed with SPSS. The population in this study consists of customers who have purchased Gariswaktu.pm products on Shopee, with a total sample of 100 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through an online questionnaire distributed via Google Forms. The data analysis techniques used in this study include multiple linear regression analysis and hypothesis testing using the t-test and the coefficient of determination (R^2). The results show that e-service quality has a significant and positive effect on purchasing decisions. Additionally, ewom has a positive and significant influence, and consumer trust also positively and significantly affects purchasing decisions.

Keywords: *E-Service Quality, Ewom, Consumer Trust, Purchasing Decisions*