

## ABSTRAK

Industri *fashion* mengalami perkembangan yang signifikan. Salah satu faktor yang memengaruhi perkembangan industri *fashion* adalah dunia bisnis, gaya hidup dan karakter masyarakat. Di Indonesia, *Brand fashion* yang paling diminati yaitu 3Second yang menduduki peringkat tiga teratas, dan telah memiliki *outlet* yang tersebar di berbagai kota, salah satunya di Purwokerto. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian serta kepercayaan yang menjadi mediasi pada produk 3second di Purwokerto. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan rumus *slovin* untuk menentukan responden yang dijadikan sampel penelitian. Data dikumpulkan melalui penyebaran menggunakan *google* formulir atau kuesioner secara langsung kepada 100 responden dan penelitian ini menggunakan teknik analisis data yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien determinasi, uji hipotesis dan uji sobel. Hasil pengujian data menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sementara itu, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepercayaan lalu citra merek terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif yang dimediasi oleh kepercayaan. Sementara itu, kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan.

Kata kunci : citra merek, kualitas produk, kepercayaan, keputusan pembelian, mediasi

## **ABSTRACT**

*The fashion industry is experiencing significant development. One of the factors that influence the development of the fashion industry is the business world, lifestyle and people's character. In Indonesia, the most popular fashion Brand is 3Second which is ranked in the top three, and has outlets spread across various cities, one of which is in Purwokerto. This research was conducted to determine the influence of Brand image and product quality on purchasing decisions and mediating trust in 3second products in Purwokerto. This research uses quantitative methods and uses the Slovin formula to determine respondents who are used as research samples. Data was collected by distributing using Google forms or questionnaires directly to 100 respondents and this research used data analysis techniques, namely validity test, reliability test, coefficient of determination test, hypothesis test and sobel test. The results of data testing show that Brand image has a positive effect on purchasing decisions. Meanwhile, product quality has no effect on purchasing decisions and trust has no effect on purchasing decisions. Brand image has a positive effect on trust and product quality has a positive effect on trust, then Brand image has a positive effect on purchasing decisions which is mediated by trust. Meanwhile, product quality on purchasing decisions mediated by trust does not have a significant effect.*

*Keywords: Brand image, product quality, trust, purchasing decisions, mediation*