

## INTISARI

Perkembangan teknologi dalam kehidupan akan terus meningkat, teknologi yang banyak digunakan saat ini adalah sistem pembayaran agar berkembang dan berjalannya suatu bisnis yaitu menggunakan promosi, kepercayaan dan kualitas pelayanan dalam membangun konsumen dalam keputusan penggunaan. Penelitian ini, mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh dari promosi, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan aplikasi dana. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan sampel 100 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Variabel promosi, kepercayaan, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.

Kata kunci: Promosi, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Penggunaan.

## **ABSTRACT**

*The development of technology in life will continue to increase, technology that is widely used today is a payment system in order to develop and run a business, namely using promotion, trust and service quality in building consumers in usage decisions. This study aims to determine the effect of promotion, trust and service quality on decisions to use the funds application. This study used quantitative research with a sample of 100 respondents. The sampling technique uses a purposive sampling method. The data analysis techniques used are classical assumption tests and multiple linear regression analysis. The results of the study indicate that promotion has a positive and significant effect on usage decisions. Trust has a positive and significant effect on usage decisions. Service quality has a positive and significant effect on usage decisions. Promotion, trust, and service quality variables simultaneously have a significant effect on usage decisions.*

*Keywords: Promotion, Trust, Service Quality and Usage Decisions.*