

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-servicescape* yang terdiri dari tiga dimensi. Dimensi daya tarik estetika, tata letak dan fungsi dan keamanan finansial serta menganalisis pengaruh kepercayaan pada *website* terhadap niat pembelian konsumen Zalora.co.id. Penelitian ini menggunakan metode analisis berupa korelasi, regresi sederhana dan regresi berganda untuk menguji hipotesis dengan jumlah responden sebanyak 150 orang yang dikumpulkan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *e-servicescape* dan kepercayaan pada niat pembelian konsumen pada Zalora.co.id.

Kata Kunci : *e-servicescape*, Kepercayaan, Niat pembelian konsumen

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of e-servicescape, which includes three dimensions. Dimensions is aesthetic appeal, layout and functionality and financial security. Furthermore the study analyse the influence of the trust of the website towards the purchase intentions Zalora.co.id. This research uses statistical tools such as correlation, simple and multiple regression to the test the hypothesis with 150 respondents which are collected by questionnaire. The result of the analysis show that there are positive and significations influence between the e-servicescape and trust of the website towards purchase intention Zalora.co.id

Keywords : e-servicescape, trust on the website, purchase intention.