

ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Bukalapak

Salsabilla Marlyvia.¹⁾, Teguh Prasetyo, S.E., M.Si.²⁾

¹⁾Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Bukalapak. Variabel independen pada penelitian ini yaitu citra merek, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen, sedangkan variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teori Hair *et al* sebanyak 112 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil pengujian dapat dinyatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan secara bersama-sama citra merek, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Bukalapak.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian