

## **ABSTRACT**

*This study aims to discuss what are the influences that influence the purchase decision of shipping services at PT. Go Online Destinations. The independent variable obtained from the preliminary survey results are Promotion, price perception, and brand image. While the dependent variable obtained is a purchasing decision. Data analysis method uses Variance Based Structural Equation Modeling Partial Least Square (PLS). The population is the population living in the area of DKI Jakarta, with a sample of 200 respondents. The sampling technique uses convenience sampling. By using a quantitative descriptive approach. The results of this study indicate that promotion has a significant positive effect on purchase decisions, price perception has a significant positive effect on purchase decisions, and brand image have a significant positive effect on purchase decisions.*

*Keywords: Promotion, Price Perception, Brand image, Purchase Decision.*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai pengaruh apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian jasa pemesanan tiket pada PT. Go Online Destinations. Variabel independen yang didapatkan dari hasil survei pendahuluan adalah Promosi, Persepsi Harga, dan Citra Merek. Sedangkan variabel dependen yang didapatkan adalah keputusan pembelian. Metode analisis data menggunakan *Variance Based Structural Equation Modeling Partial Least Square (PLS)*. Populasinya adalah penduduk berwilayah tinggal di DKI Jakarta, dengan sampel 200 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, Persepsi Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, serta Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Promosi, Persepsi Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

