

## **ABSTRAK**

Salah satu *e-commerce* yang berkembang di era moderen saat ini adalah Tokopedia, dimana *e-commerce* asal Indonesia ini mampu menjadi salah satu *platform* jual beli berupa B2C (*Bussines to Costumer*) yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada aplikasi Tokopedia. Penelitian ini dilakukan pada 100 responden. metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Adapun analisis data yang digunakan adalah IBM SPSS dimana pengolahan data menggunakan SPSS versi 20. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa variable citra merek, Kualitas produk serta kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian konsumen.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian



## **ABSTRACT**

*One of the e-commerce that is developing in the modern era today is Tokopedia, where this e-commerce from Indonesia is able to become one of the buying and selling platforms in the form of B2C (Business to Customer) which is favored by the people of Indonesia. The purpose of this study is to determine the influence of brand image, product quality and service quality on consumers' purchasing decisions on the Tokopedia application. The study was conducted on 100 respondents. The methods used in this study are quantitative methods. The data analysis used is IBM SPSS where data processing uses SPSS version 20. The results of this study show that variable brand image, product quality and service quality have a positive and significant effect on consumer purchases.*

*Keywords : Brand Image, Product Quality, Quality of Service, Purchasing Decision*

