

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand image*, Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pengguna aplikasi Bukalapak di Wilayah Jakarta Barat. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis data primer. Metode Penelitian ini dilakukan dengan analisis memakai software *Partial Least Square* (Smart-PLS) versi 4.0 dengan populasi konsumen pengguna Bukalapak minimal 2 kali menggunakan yang ada disekitar wilayah Jakarta Barat, diambil sebanyak 155 responden dengan metode *purposive sampling*. Dimana responden dipilih sesuai kriteria yang dibutuhkan peneliti. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Penyebaran melalui media sosial. Metode analisis data pada penelitian ini adalah Structural Equation Model (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS versi 4.0 Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Brand image*, Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembeli pada Aplikasi Bukalapak pada warga di wilayah Jakarta Barat.

Kata Kunci: *Brand image*, Kualitas Pelayanan, Promosi, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This study aims to determine the Influence of Brand Image, Service Quality, Promotion and Product Quality on Purchase Decisions of Bukalapak application users in the West Jakarta Area. This type of research is a quantitative research with primary data type. Methods This study was carried out by analysis using Partial Least Square (Smart-PLS) software version 4.0 with the consumer population using Bukalapak at least 2 times using those around the West Jakarta area, taken as many as 155 respondents using the purposive sampling method. Where respondents are selected according to the criteria needed by the researcher. The data collection method uses the survey method, with the research instrument being a questionnaire. Dissemination through social media. The data analysis method in this study is the Structural Equation Model (SEM) with the Smart-PLS analysis tool version 4.0 The results of this study prove that Brand image, Service Quality, Promotion and Product Quality affect the Buyer's Decision on the Bukalapak Application for residents in the West Jakarta area.

Keywords: *Brand image, Service Quality, Product Quality Promotion and Purchasing Decisions*

