ABSTRAK

Edi Sucipto Tanady / 78150108 / 2019 / Analisis pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta / Bapak Muhammad Fuad, S.E, M.P.

 Pada zaman sekarang ini terciptanya peluang usaha baru melalui media internet yang banyak digunakan oleh perusahaan – perusahaan besar yaitu *E-commerce*. Beberapa diantara nya adalah Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan lain-lain. Dengan bermunculannya berbagai *E-commerce* ini menyebabkan konsumen semakin selektif dalam memilih aplikasi transaksi *online*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Analisis pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta.

 Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori-teori untuk lebih memahami pengertian dan konsep yang berhubungan dengan pembahasan penelitian ini. Teori-teori tersebut meliputi : Teori Citra Merek, Kualitas Layanan, dan Keputusan Pembelian. Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua jenis, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Citra Merek dan Kualitas Layanan. Sedangkan untuk variabel dependen dalam penenlitian ini adalah Keputusan Pembelian.

 Pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dalam bentuk *google form.* Objek dari penelitian ini adalah responden Tokopedia di Jakarta. Sedangkan prosedur sampel menggunakan *nonprobability sampling* dan menggunakan judgement sampling, dimana pengambilan sampel sesuai dengan kriteria yang sudah ditentukan oleh penulis. Yang menjadi faktor pertimbangannya yaitu responden yang pernah menggunakan aplikasi Tokopedia. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, rentang skala dan regresi linier.

 Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek dan kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan hasil tersebut dapat mengindikasikan bahwa semakin baiknya citra merek dan kualitas layanan dapat meningkatkan keputusan pembelian.

 Kesimpulan dari penelitian ini adalah citra merek dan kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sesuai dengan penelitian terdahulu. Penulis menyarankan agar Tokopedia selalu menjaga citra merek perusahaan yang telah ada dan meningkatkan kualitas layanan

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian