

ABSTRAK

ADHITIA FERUEZ ZEIN. Pengaruh Citra merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pada Situs *e-commerce* bukalapak.com : Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul (Dibimbing oleh Ari Anggarani).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pada Situs *e-commerce* Bukalapak.com : Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul. Variabel yang diteliti adalah citra merek, kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri atas citra merek, kualitas produk. Variabel dependen adalah keputusan pembelian. Variabel Intervening adalah kepercayaan. Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa Universitas Esa Unggul yang pernah menggunakan dan melakukan pembelian di situs *e-commerce* yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sedangkan sampel penelitian ini adalah 150 responden dengan Metode Hair Sampling. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kepercayaan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kepercayaan penggunaan pada situs Bukalapak.com. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keputusan pembelian, citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keputusan pembelian pada situs Bukalapak.com. Citra merek berpengaruh secara tidak langsung melalui kepercayaan terhadap keputusan pembelian konsumen di situs Bukalapak.com. Kualitas produk berpengaruh secara tidak langsung melalui kepercayaan terhadap keputusan pembelian konsumen di situs Bukalapak.com.

Kata kunci: Citra merek, kualitas Produk, kepercayaan, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

ADHITIA FERUEZ ZEIN. *The influence of brand image, product quality against purchase decision, through the trust in e-commerce site, Bukalapak.com : case study on the students of the faculty of the esa unggul university (Supervised by Ari anggarani).*

This research aims to know the influence of brand image, product quality against purchase decision, through the trust in e-commerce site, Bukalapak.com: case study on the students of the faculty of economics and business of the esa unggul university. In this research, independent variable consists of brand image, product quality. The dependent variable is the purchase decision. Intervening variable is the trust. The population in this research is that all university students who use and make purchase at the site of the e-commerce, and the amount of it is not definitely known. While, the sample of this research is 150 respondents with the method of hair sampling. The sampling method used is the technique of purposive sampling. A method of the data used in this research is the analysis of the path.

The results of the study showed that the image of the brands have positive and significant directly to their trust, product quality have positive and significant directly to the trust in the use of the site, the trust have positive and significant directly to purchase decision, brand image have positive and significant directly on consumer purchasing decision at the site, product quality have positive and significant directly to the consumer purchasing decisions on the site.

Keywords : Brand image, Purcahse decision, Trust, and Costumer buying decision