

*The Effect of Price, Service Quality, and Brand Image on Purchase Decision at  
Tokopedia in South Jakarta*

*By Aditya Pasha Muhammad Natawijaya*

*Abstract*

*This research model is a quantitative research that aims to determine and prove the effect of Price, Service Quality and Brand Image on Purchase Decisions in e-commerce Tokopedia. This study uses respondent of South Jakarta as a sample and the number of samples used is 100 respondents with the Non-Probability Sampling method with purposive type. The data collection technique uses a questionnaire using the Google Form Platform. The test tool used is Partial Least Square (PLS) as a test tool. The test used in this study is the statistical T test, R test and Q test. The results of smart PLS 3.0 test are (1) there is a positive and significant influence of price on purchasing decision with 0.714 original sample score (2) there is a not significant influence of quality service on purchasing decision with 0.714 original sample score 0.400 (3) there is a not significant influence of brand image on purchasing decision with -267 original sample score*

**Keyword:** *Purchase Decision, Price, Service Quality, Brand Image*

# **Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia Di Jakarta Selatan**

Oleh Aditya Pasha Muhammad Natawijaya

## **Abstrak**

Model penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Tokopedia. Penelitian ini menggunakan responden masyarakat Jakarta Selatan sebagai sampel dan jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden dengan metode *non probability sampling* dengan tipe *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner menggunakan *platform Google Form*. Alat uji yang digunakan adalah Partial Least Square 3.0 (PLS) sebagai alat uji. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji t, uji R *square* dan uji Q *square*. Hasil uji smart PLS 3.0 adalah (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian dengan skor original sample 0,714 (2) terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan skor original sample 0,400 (3) terdapat pengaruh yang tidak signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan skor original sample -0.267

**Kata Kunci:** Keputusan Pembelian, Harga, Kualitas Layanan, Citra Merek