

***The Influence of Brand Image, Price, and Service Quality on
Purchase Intention of Fashion Products Online in Jakarta
(Study on Zalora Online Shopping Sites)***

By Prisca Dwi Ratna Sari

Abstract

This research is a quantitative research that aims to study, analyze, and prove the influence of brand image, price, and service quality on purchase intention. The population in this study uses female respondents who live in Jakarta area and have shopped fashion products online at Zalora. The sample size is 75 respondents. The technique used in sampling is purposive sampling. This study uses data that has been distributed through questionnaires. Data analysis in this research is using Partial Least Square (PLS) analysis method with the help of SmartPLS 3.2.9 software. The results of this study indicate that (1) brand image has an influence on purchase intention with a path coefficient of 0.574. (2) price has an influence on purchase intention with a path coefficient of 0.558. (3) service quality has no influence on purchase intention with a path coefficient -0.288 .

Keywords: brand image, price, service quality, purchase intention.

**Pengaruh *Brand Image*, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap
Minat Beli Produk *Fashion* Secara *Online* Di Jakarta
(Studi Pada Situs Belanja *Online* Zalora)**

Oleh Prisca Dwi Ratna Sari

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh antara *brand image*, harga, dan kualitas layanan terhadap minat beli. Populasi pada penelitian ini menggunakan responden wanita yang berdomisili di Jakarta dan pernah berbelanja *fashion online* di Zalora. Jumlah sampel yang digunakan yakni 75 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yakni *purposive sampling* dengan menggunakan data yang telah disebar melalui kuesioner pada penelitian ini. Data yang telah diisi oleh responden kemudian diolah dengan bantuan *software SmartPLS 3.2.9*. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa (1) *brand image* memiliki pengaruh terhadap minat beli produk *fashion online* Zalora di Jakarta dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,574. (2) harga memiliki pengaruh terhadap minat beli produk *fashion online* Zalora di Jakarta dengan nilai koefisien jalur 0,558. (3) kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli produk *fashion online* Zalora di Jakarta dengan koefisien jalur $-0,288$.

Kata Kunci: *brand image*, harga, kualitas layanan, dan minat beli.