

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian melalui *platform e-commerce* (studi kasus pengguna aplikasi shopee di kalangan mahasiswa itb widya gama lumajang). Jenis data dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh melalui investigasi lapangan dengan menggunakan semua metode pengumpulan data primer, sedangkan data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan dan dipublikasikan oleh lembaga pengumpul data kepada masyarakat pada lembaga bantuan data. Penentuan sampel menggunakan rumus slovin menghasilkan 88 responden. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Analisis data dilakukan menggunakan *Software Statiscal Product and Service Solutions* (SPSS) versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* dan harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di aplikasi Shopee.

Kata Kunci : *brand image*, harga, keputusan pembelian



ABSTRACT

This study aims to test and analyze the influence of brand image and price on purchase decisions through e-commerce platforms (a case study of Shopee application users among ITB Widya Gama Lumajang students). The types of data in the study are primary data and secondary data. Primary data is data obtained through field investigations using all primary data collection methods, while secondary data is data that has been collected and published by data collection institutions to the public at data assistance institutions. The determination of the sample using the slovin formula resulted in 88 respondents. The analysis method used is multiple linear regression analysis. Data analysis was carried out using Statiscal Product and Service Solutions (SPSS) software version 26. The results of this study show that brand image and price have a significant influence on purchase decisions in the Shopee application.

Keywords: *brand image, price, purchase decision*

