

ABSTRAK

Perkembangan *E-Commerce* di Indonesia membuat Pertumbuhan *online travel agent* meningkat setiap tahunnya. Salah satu *online travel agent* di Indonesia yaitu Tiket.com yang memiliki tagline “kemudahan ada tiketnya” merupakan penyedia jasa *booking* layanan tiket online sejak lama namun masih belum berada di posisi teratas sebagai layanan Reservasi tiket online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Brand Image* (X_1), *E-Service Quality* (X_2) terhadap Proses Keputusan Pembelian pada Tiket.com menurut persepsi konsumen Serta mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh.besar

Metode yang digunakan metode Kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal untuk Pengambilan sampel penelitian menggunakan metode Non Probability Sampling dan jenis *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda

Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel dengan masing masing item yang dimiliki dan hasil presentase *Brand Image* 80,37%, *E-Service Quality* 77,33% dan Proses keputusan pembelian sebesar 79,36%. bahwa *Brand Image*, *E-Service Quality* dan Proses Keputusan Pembelian sama-sama termasuk dalam kategori baik Berdasarkan hasil uji R kuadrat, diperoleh nilai R square sebesar 0,707 Hal ini menunjukkan Proses Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh *Brand Image* dan *E-Service Quality* sebesar 70,7 %

Kata Kunci: *Brand Image*, *E-Service Quality*, Proses Keputusan Pembelian