

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee di Bandung. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana persepsi pengguna shopee di Bandung terhadap Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian dan juga untuk meneliti pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Shopee di Bandung secara Parsial dan Simultan.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif yang bersifat deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan jenis *snowball sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 koresponden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil dari uji t didapat bahwa variabel Harga dan Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee di Bandung, sedangkan pada variabel Promosi dan Citra Merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee di Bandung. Berdasarkan hasil uji *koefisien determinasi*, dengan nilai R Square sebesar 0.543, yang artinya variabel Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian sebesar 54.3% dan sisanya 45.7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Keputusan Pembelian.