

## ABSTRAK

Albert Novanda Angelinus ( 01011180170)

**“PENGARUH KEMUDAHAN PEMAKAIAN, KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* LAZADA DI JABODETABEK”**

(IX + 77 Halaman; 9 Gambar; 25 Tabel; 34 Lampiran)

Perkembangan internet mengalami kemajuan amat pesat, perkembangan internet juga mendorong perubahan perilaku masyarakat. Internet membuat masyarakat dapat berbelanja di rumah melalui platform *e-commerce*. Kesuksesan *e-commerce* dipengaruhi oleh keputusan pembelian pelanggan, penting bagi penyedia platform *e-commerce* untuk memberikan kemudahan, kepercayaan dan *brand image* yang baik kepada penggunanya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kemudahan pemakaian, kepercayaan pelanggan dan *brand image* terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui responden. Responden dari penelitian ini berjumlah 215 responden.

Pengolahan data ini menggunakan PLS-SEM hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan pemakaian tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan untuk kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan *brand image* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kontribusi penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan dan informasi bagi pihak terkait tentang keputusan pembelian konsumen.

**Referensi: 34 (1991-2021)**

**Kata kunci: Kemudahan Pemakaian, Kepercayaan Pelanggan, *Brand Image*, Keputusan Pembelian**