

ABSTRAK

Di Indonesia terdapat banyak e-commerce yang berkembang dan menjadi salah satu negara yang terbesar dalam perkembangan e-commerce di Asia. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor pendukung dalam pertumbuhan sector e-commerce di Indonesia. Satu, perkembangan smartpone dan juga internet yang kian meningkat. Kedua, Indonesia memiliki jumlah penduduk yang memiliki daya beli yang kuat sehingga menyebabkan ekonomi makro juga menguat. Dan yang terakhir, Indonesia memiliki generasi muda yang aktif dalam penggunaan internet sehingga membantu dalam menyesuaikan diri dengan teknologi yang baru. Penelitian dalam skripsi akan membuat penelitian mengenai e-commerce Bukalapak yang akan dikaitkan dengan citra merek, harga, kepercayaan, kemudahan bertransaksi terhadap keputusan pembelian konsumen di aplikasi Bukalapak

Kata Kunci: merek, harga, kepercayaan, kemudahan bertransaksi, keputusan pembelian konsumen