

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik promosi, kesediaan untuk membayar, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian online untuk dapat meningkatkan citra merek pada PT. Gojek Indonesia khususnya pada layanan Go-Car.

Metode penelitian yang digunakan yaitu teknik *Non Probability Sampling* dengan metode *Purpose Sampling*. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 145 responden yang dipilih menggunakan pertimbangan yaitu sebagai pengguna layanan Go-Car yang berdomisili di Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Partial Least Square*, yang diestimasi dengan program Smart PLS 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik promosi, Kesediaan Untuk Membayar, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek sebagai variabel intervening berpengaruh positif dan signifikan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap keputusan pembelian online. Faktor Citra Merek merupakan faktor yang paling mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian online. Sehingga semakin tinggi Citra Merek maka semakin tinggi keputusan pembelian online pada layanan Go-Car.

Kata kunci : Daya Tarik Promosi, Kesediaan Untuk Membayar, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Keputusan Pembelian Online