ABSTRAK

.Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, citra merek dan pemasaran online terhadap keputusan pembelian. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek dan pemasaran online. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan data primer. Populasi penelitian ini adalah Konsumen PT. Havindo Pakan Optima. Sampel penelitian dipilih dengan metode purposive sampling dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden yang memenuhi kriteria. Uji analisis menggunakan model analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pemasaran online berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas produk, citra merek, pemasaran online, keputusan pembelian.