

ABSTRAK

Asih Puputri, No. BP 16101155310610, Manajemen (2020), Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *E-Commerce*, Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Citra Shoes Sungai Rumbai, dibawah bimbingan Ibuk Dr. Ir. Zefriyenni, MM dan Bapak Vicky Brama Kumbara,SE.,B.Ba.,MM Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *E-Commerce*, Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Citra Shoes Sungai Rumbai, metode pengumpulan data ini adalah dengan menyebarkan kuisisioner dengan sampel 84 responden, Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian yang diperoleh dengan persamaan $KP = 9,556 + 0,001E + 0,230KP + 0,530BI + e$: (a) Promosi memiliki pengaruh sebesar 0,327 terhadap Penjualan. (b) Harga tidak memiliki pengaruh -,105 terhadap Penjualan. (c) Lokasi memiliki pengaruh sebesar 0,205 terhadap Penjualan. (d) *E-Commerce*, Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian memiliki pengaruh sebesar 9,750 dan berdasarkan uji koefisien Determinasi (R^2) ini menunjukkan bahwa besarnya persentase kontribusi dari variabel *E-Commerce*, Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 59,9% dan sisanya sebesar 40,1% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Akhirnya penulis menyarankan kepada Toko Citra Shoes Sungai Rumbai untuk dapat meningkatkan *E-Commerce*, Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci : *E-Commerce*, Kualitas Produk, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian.