

ABSTRAK

Ganang Fahrur Rozi, NIM 1720310126. Pengaruh *E-Service Quality*, Harga, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Di Bukalapak (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana Pengaruh *E-Service Quality*, Harga, Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Di Bukalapak. Jenis penelitian ini yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuesioner sedangkan teknik yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *random sampling*. Sehingga didapatkan sampel 61 Responden. Dan subjek penelitian ini adalah Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2017. Teknik yang digunakan untuk menguji data dalam penelitian ini yaitu uji Validitas, uji Realibilitas, uji asumsi klasik, dan analisis Regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial *E-Service Quality*, Harga, Dan *Brand Image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Bukalapak.

Kata Kunci : *E-Service Quality*, Harga, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian.