

ABSTRAK

Tokopedia merupakan salah satu *e-commerce* yang memiliki pertumbuhan yang pesat dan telah menjadi sebuah unicorn yang berpengaruh tidak hanya di Indonesia tetapi juga di Asia Tenggara. Dalam memberikan harga, kualitas produk menjadi kunci penting bagi Tokopedia. Selain itu, memberikan *e-service quality* yang baik baik juga mampu menjaga konsumennya agar tidak beralih ke *e-commerce* lain. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga, kualitas produk, dan *e-service quality* terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tokopedia di wilayah DKI Jakarta. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form*. Sampel penelitian merupakan masyarakat di wilayah DKI Jakarta sebanyak 100 sampel dan menggunakan uji regresi linier berganda yang akan diolah menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga, kualitas produk, dan *e-service quality* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tokopedia. Sedangkan hasil uji secara simultan menyatakan bahwa semua variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Tokopedia.

Kata kunci: harga, kualitas produk, *e-service quality*, *e-commerce*, keputusan pembelian.