

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui “*Pengaruh Customer Experience dan Brand Image Terhadap Purchase Decision* konsumen Lazada”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *Costumer Experience*, dan *Brand Image*, secara parsial berpengaruh terhadap *Purchase Decision* konsumen Lazada dan mengetahui bagaimana *Costumer Experience*, dan *Brand Image* berpengaruh secara simultan terhadap *Purchase Decision* konsumen Lazada.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kausal pada konsumen Lazada. Data penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah non-probability sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari data penelitian terdahulu, buku, jurnal, dan internet. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif dan regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada *Costumer Experience*, *Brand Image* dan *Purchase Decision* secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Hasil Teknik analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa *Costumer Experience*, dan *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Decision* pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Kualitas *Costumer Experience*, dan *Brand Image* secara simultan berpengaruh terhadap *Purchase Decision*. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig.  $0,000 < 0,55$  yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel independent secara simultan terhadap Variabel Dependent.

Kesimpulan penelitian ini adalah masing-masing variabel dapat mempengaruhi *Purchase Decision* pada konsumen Lazad. Dan Kualitas *Costumer Experience*, dan *Brand Image* secara simultan berpengaruh terhadap *Purchase Decision* pada konsumen Lazada. Ke empat variabel independent yakni *Costumer Experience*, dan *Brand Image* memiliki korelasi sehingga dapat mempengaruhi *Purchase Decision* pada konsumen Lazada.

Kata kunci : *Costumer Experience*, *Brand Image*, dan *Purchase Intention*