

## ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah adanya permasalahan yang dihadapi oleh *platform e-commerce* Bukalapak terkait dengan *brand image* dan minat beli konsumen. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan dengan maksud tujuan menganalisis dan menguji pengaruh antar variabel yang diteliti pada penelitian ini, diantaranya *brand image* dan minat beli konsumen pada *platform e-commerce* Bukalapak.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan regresi linier sederhana. Teknik *sampling* yang digunakan yaitu dengan menggunakan teknik *probability sampling* dan jenis *simple random sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang pernah menggunakan *platform e-commerce* Bukalapak.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukan bahwa dari variabel *brand image* termasuk dalam kategori cukup baik dan variabel minat beli termasuk dalam kategori cukup baik juga. Penelitian ini menunjukan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan pada *brand image* terhadap minat beli baik secara parsial maupun simultan. Hal ini menunjukan bahwa semakin baik *brand image* maka semakin meningkat juga minat beli konsumen pada *platform e-commerce* Bukalapak.

**Kata Kunci : *Brand Image*, Minat Beli**