

## ABSTRAK

Nama : Ivan Darrick  
Program Studi : Kewirausahaan  
Judul : Analisis Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Pembelian Produk Tokopedia Digital di DKI Jakarta

Pesatnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia menjadikan produk digital turut menjadi salah satu layanan yang ditawarkan oleh *e-commerce*. Saat ini, Indonesia memiliki berbagai *e-commerce* yang menawarkan produk digital salah satunya ialah Tokopedia. Tokopedia dikenal sebagai salah satu *e-commerce* ternama di Indonesia. Saat ini, Tokopedia turut menghadirkan layanan produk digital untuk mengikuti perkembangan inovasi pembayaran berbagai produk tagihan di Indonesia melalui Tokopedia Digital. Tokopedia Digital merupakan lini usaha yang baru dikembangkan oleh Tokopedia. Melalui hal tersebut, penelitian ini dilaksanakan untuk menguji pengaruh kesadaran merek dan persepsi kualitas baik secara parsial maupun simultan terhadap niat pembelian. Penelitian ini memanfaatkan SPSS (*Statistical Program for Social Science*) sebagai metode pengujian hasil penelitian. Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini menggunakan metode *convenience sampling* dan berjumlah 100 orang di wilayah DKI Jakarta yang pernah melakukan transaksi produk Tokopedia Digital. Hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini ialah kesadaran merek memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap niat pembelian, persepsi kualitas memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap niat pembelian serta kesadaran merek dan persepsi kualitas memiliki pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap niat pembelian. Saran yang dapat disampaikan dalam penelitian ini adalah Tokopedia Digital mampu meningkatkan niat pembelian melalui kesadaran merek dan persepsi kualitas.

**Kata Kunci:** *E-Commerce*, Produk Digital, Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Niat Pembelian.