

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk menguji pengaruh kualitas website, pelayanan konsultasi dan *online consumer value* terhadap kemudahan prosedur pembelian dalam meningkatkan keputusan pembelian pada produk *online shop*.

Sampel penelitian ini adalah pelanggan suplemen fitness yang membeli secara online di Kota Semarang, sejumlah 154 responden. *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dijalankan dengan perangkat lunak AMOS, digunakan untuk menganalisis data. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas website, pelayanan konsultasi dan *online consumer value* berpengaruh positif terhadap kemudahan prosedur pembelian dalam meningkatkan keputusan pembelian pada produk *online shop*.

Kualitas website berpengaruh signifikan positif terhadap *online consumer value*; pelayanan konsultasi berpengaruh signifikan positif terhadap *online consumer value*; kualitas website berpengaruh signifikan positif terhadap kemudahan prosedur pembelian; *online consumer value* berpengaruh signifikan positif terhadap *online consumer value*; pelayanan konsultasi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian pada produk *online shop*; *online consumer value* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian pada produk *online shop*; dan kemudahan prosedur pembelian berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian pada produk *online shop*.

Kata Kunci: kualitas website, pelayanan konsultasi, *online consumer value*, kemudahan prosedur pembelian, dan keputusan pembelian pada produk *online shop*