

ABSTRAK

Perkembangan teknologi membuat gaya hidup masyarakat lebih modern, masyarakat menginginkan segalanya dapat terlaksana dengan cepat dan mudah, sehingga banyak bermunculan *e-commerce* besar di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *brand image* dan kualitas layanan terhadap kepercayaan serta dampaknya terhadap keputusan pembelian pada situs OLX.co.id.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan transaksi pembelian pada situs OLX.co.id, dimana respondennya adalah masyarakat yang domisili di kota Semarang. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 150 responden. Adapun metode pengumpulan data melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 22.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, serta kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kualitas Layanan, Kepercayaan, Keputusan Pembelian