

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, Harga dan Kepercayaan Produk terhadap keputusan pembelian pada *platform e-commerce Berrybenka.com*. *E-Commerce* sekarang sudah menjadi hal yang tidak umum lagi di masyarakat, perkembangan teknologi serta kemajuan fasilitas membuat *Platform* ini semakin diminati banyak kalangan. Dari mulai kemudahannya sampai dengan kecepatan layanan *E-commerce* menjadi sorotan dari konsumen. Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, Harga dan Kepercayaan Produk merupakan hal yang banyak dipakai sebagai acuan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian terutama di Kota Semarang yang sensitifitasnya terhadap suatu produk cukup tinggi. Sehingga dalam penelitian ini ingin dicari bagaimana atau hal apa saja yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dari konsumen di dalam dunia *E-Commerce*. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dari 140 responden yang dipilih yang pernah melakukan pembelian pada *platform E-commerce Berrybenka.com*. Metode analisis dengan program AMOS. Hasilnya menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, *Brand Image*, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Produk. Kemudian, Kepercayaan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, *Brand Image*, Harga, Kepercayaan Produk, Keputusan Pembelian