

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan ekuitas merek dan minat beli sebagai variabel intervening. Penelitian ini dilakukan terhadap salah satu *e-commerce* yang sedang mengalami kemajuan, yaitu BukaLapak. Penelitian menggunakan responden sebanyak 200 orang yang pernah melakukan transaksi online dan bertempat tinggal di Semarang. Dengan menggunakan teknik non probability sampling, metode analisis adalah *Structural Equation Model* dan diolah menggunakan program AMOS versi 19.0. Hasil yang diperoleh dari penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara positif dari kualitas pelayanan, ekuitas merek, dan minat beli terhadap keputusan.

Kata kunci: *e-commerce*, kualitas pelayanan, ekuitas merek, minat beli, keputusan pembelian