

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kepercayaan, minat beli dan keamanan bertransaksi terhadap keputusan pembelian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat di Provinsi Jawa Tengah. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 160 responden. Adapun metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan alat analisis AMOS Ver.23.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh negatif terhadap kepercayaan, kualitas produk, kualitas layanan, dan keamanan bertransaksi berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Kepercayaan berpengaruh negatif terhadap persepsi risiko, kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat beli dan keputusan pembelian. Persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat beli. Minat beli dan keamanan bertransaksi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Informasi, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Keamanan Bertransaksi, Kepercayaan, Persepsi Risiko, Minat Beli, Keputusan Pembelian.