

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis pengaruh dari keandalan, kualitas pelayanan, kualitas informasi, dan privasi yang dipersepsikan terhadap minat beli melalui kepercayaan dan nilai yang dirasakan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna internet aktif Kota Semarang dan minimal pernah melakukan 1 kali transaksi pembelian produk pada e-commerce Tokopedia. Jumlah sampel yang digunakan adalah 200 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan alat analisis AMOS 23.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keandalan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, dan privasi yang dipersepsikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai yang dirasakan, nilai yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan yang terakhir kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci : Keandalan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Informasi, Privasi Yang Dipersepsikan, Kepercayaan, Nilai Yang Dirasakan, Minat Beli.