

ABSTRAK

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sangat pesat, kini banyak *e-commerce* yang menawarkan keunggulan kompetitif yang beragam, sehingga persaingan bisnis jual beli *online* semakin ketat. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian *online* diantaranya adalah kualitas keamanan dan kemudahan, selain itu citra merek juga berpengaruh bagi konsumen dalam memilih *e-commerce* untuk memenuhi kebutuhan mereka. Untuk itu, peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul Studi tentang keputusan pembelian online pada konsumen Shopee di Semarang.

Populasi dan sampel yang dipilih dalam penelitian adalah konsumen Shopee di kota Semarang yang berjumlah 120 responden, dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jawaban nilai 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 7 (sangat setuju sekali).

Analisis data menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) melalui program AMOS, dengan hasil yang menunjukkan bahwa model penelitian dapat diterima, indeks *goodness of fit* sebagai berikut ; *Chi Square* = 67.042; *Probability* = 0.036; RMSEA = 0.058; GFI = 0.917; AGFI = 0.865; CMIN/DF = 1.397; TLI = 0.961; dan CFI = 0.972

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa keamanan dan kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian *online*. Citra merek sebagai variabel intervening juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *online*.

Kata kunci : e-commerce keamanan, kemudahan, citra merek, keputusan pembelian online