

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, citra merek, persepsi harga terhadap kepercayaan dan keputusan pembelian pada platform E-commerce Zalora.co.id. perkembangan dan kemajuan E-Commerce telah menjadi hal yang umum di masyarakat, fasilitas yang tersedia membuat platform ini memiliki permintaan yang meningkat di semua segmen pasar. Dari mulai kemudahan untuk mengakses hingga kecepatan layanan E-commerce menjadi daya Tarik bagi konsumen. Kualitas Layanan, Citra Merek, Harga dan Kepercayaan Produk banyak digunakan sebagai referensi konsumen di Indonesia untuk menentukan keputusan pembelian.

Pada penelitian ini data dikumpulkan dari 182 responden terpilih yang telah melakukan pembelian pada platform E-commerce Zalora.co.id dan minimal berusia diatas 17 tahun. Teknik yang ditentukan dalam pengambilan sampel yaitu menggunakan non probability sampling dengan metode purposive sampling dan menyebarkan kuesioner menggunakan Google Forms. Alat analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan program aplikasi AMOS 22.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan, Citra merek, Persepsi Harga memiliki efek positif dan signifikan terhadap kepercayaan produk. Kepercayaan berperan sebagai variable mediasi yang memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci: Kualitas Layanan, Citra Merek, Persepsi Harga, Kepercayaan, Keputusan pembelian.**

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the effect of service quality, brand image, price perception on trust and purchasing decisions on the E-commerce platform Zalora.co.id. the development and progress of E-Commerce has become common in the community, the facilities available make this platform has an increasing demand in all market segments. From the ease of access to the speed of E-commerce services is an attraction for consumers. Service Quality, Brand Image, Price and Product Trust are widely used as a reference for consumers in Indonesia to determine purchasing decisions.*

*In this study data were collected from 182 selected respondents who had made purchases on the E-commerce platform Zalora.co.id and were at least over 17 years old. The technique determined in sampling is using non-probability sampling with a purposive sampling method and distributing questionnaires using Google Forms. The analytical tool used is Structural Equation Modeling (SEM) with the AMOS 22 application program.*

*The results of this study indicate that Service Quality, Brand Image, Price Perception has a positive and significant effect on product trust. Trust acts as a mediating variable that has a positive influence on purchasing decisions.*

***Keywords: Service Quality, Brand Image, Price Perception, Trust, Purchasing Decisions.***