

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan sebagai variabel intervening pada e-commerce Shopee di kota Padang. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen yaitu kualitas produk, citra merek, dan harga dan satu variabel dependen keputusan pembelian serta kepercayaan variabel intervening. Metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang diisi oleh responden yaitu pengguna e-commerce Shopee di kota Padang

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan Uji Parsial (Uji t) diperoleh: a) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepercayaan b) terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap kepercayaan, c) terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan harga terhadap kepercayaan, d) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, e) terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian, f) terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian. g) terdapat pengaruh positif dan signifikan kepercayaan terhadap keputusan pembelian, h) kepercayaan tidak dapat memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, i) kepercayaan tidak dapat memediasi pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, j) kepercayaan tidak dapat memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Akhirnya penulis menyarankan kepada pada e-commerce Shopee di kota Padang untuk dapat meningkatkan kualitas produk, citra merek, harga, dan kepercayaan konsumen

**Kata Kunci : Kualitas produk, Citra merek, Harga, Kepercayaan, Keputusan pembelian**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine how much influence product quality, brand image and price have on purchasing decisions through trust as an intervening variable in Shopee e-commerce in the city of Padang. This study consists of three independent variables, namely product quality, brand image, and price and one dependent variable is purchasing decisions and the intervening variable trust. The analytical method used is path analysis. The data collection method in this study was using a questionnaire filled out by respondents, namely Shopee e-commerce users in the city of Padang.*

*The results obtained based on the Partial Test (t test) obtained: a) there is a positive and significant effect of product quality on trust b) there is a positive and significant effect of brand image on trust, c) there is a negative and insignificant effect of price on trust, d) there is positive and significant influence of product quality on purchasing decisions, e) there is a positive and significant influence of brand image on purchasing decisions, f) there is a positive and significant influence of price on purchasing decisions. g) there is a positive and significant effect of trust on purchasing decisions, h) trust cannot mediate the effect of product quality on purchasing decisions, i) trust cannot mediate the influence of brand image on purchasing decisions, j) trust cannot mediate the effect of price on purchasing decisions*

*Finally, the author suggests to Shopee e-commerce in the city of Padang to be able to improve product quality, brand image, price, and consumer trust*

***Keywords: Product quality, Brand image, Price, Trust, Purchase decision***