

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, E - SERVICE QUALITY DAN E -
TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA PENGGUNA
E COMMERCE TOKOPEDIA DI FAKULTAS
PSIKOLOGI UNIVERSITAS PRIMA INDONESIA**

**Penulis 1, Penulis 2, Penulis 3, Doping
Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk pengguna e-commerce Tokopedia Jurusan Psikologi Universitas Prima Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi bagaimana pemasaran digital mempengaruhi keputusan pembelian, untuk menguji bagaimana keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas layanan elektronik, dan untuk menguji bagaimana kepercayaan elektronik mempengaruhi keputusan pembelian pemasaran mempengaruhi kualitas produk. Pengaruh e-services dan E-Trust terhadap keputusan pembelian online pelanggan e-commerce Tokopedia Fakultas Psikologi Universitas Prima Indonesia. Besar sampel penelitian kuantitatif ini adalah 68 siswa dan jumlah populasinya adalah 217 siswa. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dan SPSS versi 23.0 digunakan untuk analisis data. Hasilnya, di kalangan pengguna e-commerce Tokopedia, pemasaran digital memengaruhi keputusan pembelian, kualitas layanan elektronik memengaruhi keputusan pembelian, kepercayaan elektronik mempengaruhi pemasaran digital, dan keputusan pembelian, kualitas layanan elektronik, Kami menemukan bahwa kepercayaan elektronik memengaruhi keputusan pembelian online. Pengaruh psikologi. Universitas Prima Indonesia.

**Katai Kunci : *Digital Marketing , E-Service Quality , E-Trust dan Keputusan
Pembelian .***