

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh e-commerce, digital marketing, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada perusahaan retail PT Gramedia Asri Media. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi berupa konsumen yang pernah berbelanja di Gramedia. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh sebanyak 120 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce, digital marketing, dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik penerapan e-commerce, strategi digital marketing, serta kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: e-commerce, digital marketing, kualitas pelayanan, keputusan pembelian.