

***The Influence Of Digital Marketing, Brand Image And Price On Smartphone
Purchasing Decisions On Tokopedia Aplication***

By : Dyany Mahatmya Dite Sasri

Abstrack

The technology development in this era makes a lot of changes, one of them is a lot of companies who create business ideas by using the internet. This makes a lot of e-commerce that currently exists in Indonesia, which is one of the factors that cause the change of society's lifestyles is by making purchase decision in the e-commerce in Indonesia one of them is Tokopedia. One of the products that is currently buying by the consumers is smartphone, because there is a lot of ease that the internet can given by using smartphone. The research that has been done is quantitative research. The purpose of this research is to dertermine whether the decision to purchase smartphone product in the Tokopedia application is influenced by digital marketing, brand image and price. The population in this research are users and smartphone buyers in the Tokopedia application. The sample used was 75 respondent, using probability sampling techniques and the simple random sampling method in taking the sampel. The analysis technique used is PLS (Partial Least Square) by using SmartPls 3.3.2 Software. The result obtained in this research are digital marketing and price have a significant influence on purchasing decisions. As for the brand image itself, it has no influence and is not significant on purchasing decisions.

Keyword : *Digital Marketing, Brand Image, Price, Purchasing Decisions*

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA
TERHADAP KEPUTSAN PEMBELIAN SMARTPHONE DI APLIKASI
TOKOPEDIA**

Oleh : Dyany Mahatmya Dite Sasri

Abstrak

Perkembangan teknologi yang terjadi di era saat ini membuat banyak sekali perubahan salah satunya adalah banyak perusahaan yang menciptakan ide bisnis dengan memanfaatkan internet. Hal ini membuat banyak e-commerce yang saat ini ada di Indonesia dimana menjadi salah satu faktor penyebab perubahan gaya hidup masyarakat yaitu dengan melakukan keputusan pembelian di *e-commerce* yang ada salah satunya adalah Tokopedia. Salah satu produk yang saat ini banyak dibeli oleh konsumen adalah *smartphone* karena, banyak sekali kemudahan yang diberikan oleh internet yang bisa diakses dengan menggunakan *smartphone*. Penelitian yang telah dilakukan merupakan penelitian kuantitatif. Dimana tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk mengetahui apakah keputusan pembelian *smartphone* pada aplikasi Tokopedia dipengaruhi oleh *digital marketing*, *brand image* dan harga. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna dan pembeli *smartphone* di aplikasi Tokopedia. Sampel yang digunakan berjumlah 75 orang responden, dengan menggunakan teknik *probability sampling* dan metode *simple random sampling* dalam pengambilan sampelnya. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner menggunakan *goggle form* kepada para responden. Teknik analisis yang digunakan yaitu PLS (*Partial Least Square*) dengan menggunakan *software SmartPls 3.3.2*. Hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah *digital marketing* dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara untuk *brand image* itu sendiri tidak mempunyai pengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, *Brand Image*, Harga, Keputusan Pembelian