

## ABSTRAK

Sindi Ameliya, 2023, Pengaruh Digital Marketing Dan Penilaian Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Keterlibatan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada E-Commerce Website Berrybenka)  
Pembimbing (1) H. Suwanto, S.E M.M, Nani Septiana<sup>2</sup> S.E., M.M.

Kata Kunci : Digital Marketing Penilaian Pelanggan Keputusan Pembelian Dan Keterlibatan Pelanggan

*E-commerce* adalah sistem penjualan yang berkembang setelah ditemukan Internet. Sistem pemasaran atau penjualan seperti ini bisa menjangkau seluruh dunia pada saat yang bersamaan tanpa harus mendirikan kantor cabang di semua negara. Selain itu juga bisa dilakukan 24 jam tanpa berhenti. Dengan hanya melalui unit komputer yang terhubung ke Internet, perusahaan dapat memasarkan produk-produknya. 1) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Apakah *digital marketing* berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* website berry benka? 2) Apakah penilaian pelanggan berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* website berrybenka? 3) Apakah *digital marketing* berpengaruh langsung terhadap Keterlibatan pelanggan pada *e-commerce* website berrybenka? 4) Apakah penilaian pelanggan berpengaruh langsung terhadap Keterlibatan Pelanggan pada *e-commerce* website berrybenka? 5) Apakah Keterlibatan pelanggan dan penilaian pelanggan berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* website berrybenka?. Metode survei dipilih sebagai sumber data primer. Metode survei fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner atau angket. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang mengunakan produk telkom Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *digital marketing* terhadap keputusan pembelian. 2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara penilaian pelanggan terhadap Keputusan Pembelian. 3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *digital marketing* terhadap keterlibatan Pelanggan 4) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara penilaian pelangga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variasi produk terhadap keterlibatan Pelanggan terdapat 5) pengaruh yang positif dan signifikan antara Keterlibatan pelanggan dan penilaian pelanggan terhadap keputusan pembelian