

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP  
KONSUMEN DI KOTA DENPASAR**

**ABSTRAK**

Perkembangan dunia teknologi yang semakin maju, memberikan dampak besar khususnya pada perekonomian. Digitalisasi ekonomi ini ternyata menjadi peluang tersendiri untuk para pelaku bisnis. Saat ini konsumen sangat mudah untuk mencari informasi mengenai produk yang diinginkan serta dalam memutuskan keputusan pembelian dan produsen jauh lebih mudah dalam memasarkan produknya melalui dunia digital. Salah satu strategi yang digunakan produsen saat ini yaitu dengan menggunakan *digital marketing*.

Dengan *digital marketing*, produsen mampu menjangkau berbagai konsumen, tanpa terbatas ruang, waktu dan biaya yang murah. Tentunya dengan memberikan kualitas produk yang sesuai dan memberikan kepercayaan terhadap konsumen. Dengan demikian keputusan dari seorang konsumen terhadap suatu produk dapat lebih cepat. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh *digital marketing*, kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop yang dilakukan di Heteroku Comp Bali. Ukuran sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 105 responden yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner *online (google form)*.

Teknik analisis menggunakan SPSS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *digital marketing* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat pembelian, (2) kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian diharapkan Heteroku Comp Bali dapat memaksimalkan penggunaan *digital marketing* dengan membuat konten-konten promosi, memaksimalkan penggunaan media digital dan *marketplace*, memberikan kepercayaan serta menjual produk original.

Kata Kunci : *digital marketing, kepercayaan, kualitas produk dan keputusan pembelian*