

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian jasa *top-up game* pada followers Instagram Windah *Top Up Store*. Perkembangan bisnis digital mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan strategi *digital marketing* guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Kepercayaan juga menjadi aspek penting yang memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan followers Instagram Windah *Top Up Store* dan pernah melakukan transaksi dalam enam bulan terakhir. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, *digital marketing* dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, Kepercayaan, Keputusan Pembelian, *Jasa Top-up Game*, Instagram.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of digital marketing and trust on purchasing decisions for game top-up services among Windah Top Up Store Instagram followers. The development of digital businesses encourages businesses to utilize digital marketing strategies to improve consumer purchasing decisions. Trust is also an important aspect influencing purchasing decisions. This study used a quantitative method with data collection techniques through distributing questionnaires to 100 respondents who are Windah Top Up Store Instagram followers and have made transactions in the last six months. The data analysis technique used was multiple linear regression analysis with the help of SPSS software. The results showed that digital marketing had a positive and significant effect on purchasing decisions. Trust also had a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, digital marketing and trust had a significant effect on purchasing decisions.

Keywords : *Digital Marketing, Trust, Purchasing Decisions, Game Top-up Service, Instagram*