

## ABSTRAK

Nama : Fajar Arafah  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh Pengalaman Pengguna, Citra Merek dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia oleh Mahasiswa FEB Universitas Malikussaleh

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pengalaman pengguna, citra merek dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia oleh mahasiswa FEB Universitas Malikussaleh. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Universitas Malikussaleh yang menggunakan Tokopedia dan mahasiswa yang masih aktif pada tahun ajaran 2023/2024 menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 114 responden. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pengalaman pengguna (X1), citra merek (X2), dan kepercayaan konsumen (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik pengalaman pengguna, citra merek, dan kepercayaan konsumen maka akan meningkatkan kemungkinan para pengguna E-commerce Tokopedia untuk melakukan pembelian.

**Kata kunci:** *E-commerce*, Keputusan pembelian, Pengalaman pengguna, Citra merek, Kepercayaan konsumen, Tokopedia.

## ***ABSTRACT***

*Name* : Fajar Arafah

*Study Program* : *Management*

*Title* : *The Influence of User Experience, Brand Image and Trust on Purchasing Decisions on Tokopedia by FEB Students of Malikussaleh University*

*This study aims to analyze the influence of user experience, brand image and trust on purchasing decisions on Tokopedia by FEB students at Malikussaleh University. The population in this study were undergraduate students at Malikussaleh University who used Tokopedia and students who were still active in the 2023/2024 academic year using non-probability sampling techniques with a sampling method using purposive sampling, data was collected through questionnaires distributed to 114 respondents. The results of the study revealed that user experience (X1), brand image (X2), and consumer trust (X3) have a positive and significant influence on purchasing decisions. This finding indicates that the better the user experience, brand image, and consumer trust, the more likely Tokopedia E-commerce users are to make purchases.*

***Keywords:*** *Brand image, Consumer trust, E-commerce, Purchasing decisions, Tokopedia User experience.*