

## ABSTRAK

Konsumen Bukalapak menurun dari waktu ke waktu disebabkan oleh berbagai variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh marketing mix (bauran pemasaran), kepercayaan elektronik (e-trust), dan gaya hidup (lifestyle) terhadap keputusan pembelian pada Aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Unmuh Jember. Dengan jumlah responden sebanyak 99 mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagi konsumen mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember faktor marketing mix, e-trust, dan lifestyle mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mereka melalui aplikasi Bukalapak sebesar 51,1% dan sisanya 48,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Kontribusi dari penelitian ini untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di kalangan mahasiswa, serta memberikan informasi yang praktis bagi Bukalapak untuk meningkatkan strategi pemasarannya.

**Kata Kunci : Aplikasi Bukalapak, Marketing Mix, E-Trust, Lifestyle dan Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

*Bukalapak consumers have decreased over time due to various variables that influence their purchasing decisions. The aim of the research is to determine and analyze the influence of marketing mix, electronic trust (e-trust), and lifestyle on purchasing decisions on the Bukalapak Application among Unmuh Jember Students. With a total of 99 students as respondents. The research method used in this research is associative quantitative. The research results show that for consumers of Muhammadiyah University of Jember students, the marketing mix, e-trust and lifestyle factors have a positive and significant influence on their purchasing decisions through the Bukalapak application by 51.1% and the remaining 48.9% is influenced by other variables. The contribution of this research is to provide an in-depth understanding of the factors that influence purchasing decisions among students, as well as providing practical information for Bukalapak to improve its marketing strategy.*

**Keywords:** *Bukalapak Application, Marketing Mix, E-Trust, Lifestyle and Purchasing Decisions*

