**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh daya tarik iklan, *influencer marketing*, *online customer review*, kualitas informasi, kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Responden dalam penelitian ini yaitu 97 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Data diolah menggunakan SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tarik iklan, *influencer marketing*, *online customer review*, kualitas informasi, kepercayaan dan kemudahan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian pengguna marketplace Bukalapak.

**Kata kunci**: daya tarik iklan, *influencer marketing*, *online customer review*, kualitas informasi, kepercayaan, kemudahan, dan keputusan pembelian.

***ABSTRACT***

*This study aims to determine and examine the influence of advertising attractiveness, influencer marketing, online customer reviews, information quality, trust and ease of purchase decisions. The research method used in this study is quantitative method. The data collection technique used in this study is non-probability sampling with accidental sampling method. The respondents in this study were 97 respondents. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis. Data is processed using SPSS version 29. The results showed that the variables of advertising attractiveness, influencer marketing, online customer reviews, information quality, trust and convenience positively affect the purchase decisions of Bukalapak marketplace users.*

***Keywords****: advertising attractiveness, influencer marketing, online customer reviews, quality of information, trust, ease, and purchase decision.*