

ABSTRAK

Saat ini pembayaran yang menggunakan smartphone tengah marak atau lebih sering disebut dengan finansial teknologi atau *fintech*. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam *fintech* adalah Dana Dompot Digital yang telah berdiri dari tahun 2017 dan masih ada hingga saat ini. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh digital marketing dan brand trust terhadap keputusan memakai Dana Dompot Digital di Kota Bandung. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda. Sedangkan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 400 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel digital marketing (X1) dan brand trust (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan baik secara simultan ataupun parsial. Pengaruh variabel digital marketing (X1) dan brand trust (X2) terhadap keputusan memakai (Y) sebesar 59,8%, dan 40,2% sisahnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata Kunci: Digital Marketing, Brand Trust dan Keputusan Memakai.