

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli pengunjung e-commerce Tokopedia. Dengan adanya pembatasan pergerakan dan upaya social distancing yang berkelanjutan, konsumen dan bisnis semakin merangkul pembayaran digital untuk kenyamanan dan keamanan yang lebih baik. Kami menyusun studi pendahuluan berupa bab latar belakang, tinjauan pustaka, kerangka pemikiran, dan metodologi sebelum melakukan uji validitas instrumen menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* dan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Kata Kunci: e-commerce marketing, Pelayanan e-business