

ABSTRAK
PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma yang Membeli Sepatu

Merek Lokal pada Aplikasi Jual Beli Online dan Sosial Media

Fredyan Alan Werry

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta, 2020

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1). Pengaruh pemasaran digital terhadap keputusan pembelian. 2). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, dan 3). Pengaruh secara simultan pemasaran digital dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah menggunakan produk sepatu merek lokal. Jumlah sampel pada penelitian ini 100 responden. Teknik pemilihan sampel yang digunakan adalah *convenience sampling*. Data dikumpulkan dengan kuesioner. Uji instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Pemasaran digital berpengaruh terhadap keputusan pembelian 2). Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian 3). Pemasaran digital dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Pemasaran digital, kualitas produk dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING AND PRODUCT
QUALITY ON PURCHASING DECISION**

An Empirical Study on Sanata Dharma University Students Who Bought Local
Brand Shoes on Online Sales and Social Media Applications

Fredyan Alan Werry

Sanata Dharma University

Yogyakarta, 2020

This study aims to find out: 1). The influence of digital marketing on purchasing decision. 2). Influence of product quality on purchasing decision. 3). Influence of digital marketing and product quality simultaneously on purchasing decision. The population of this research includes all consumers who have used local brand shoes. The number of samples in this study were 100 respondents. The sample selection technique used is convenience sampling. Data collected by distributing a questionnaire to the respondents. The test instruments used were validity and reliability tests. The analysis technique used is multiple linear regression. The results showed that: 1). Digital marketing influences on purchasing decision 2). Product quality influences on purchasing decision 3). Digital marketing and product quality simultaneously influenced purchasing decision.

Keywords: Digital marketing, product quality and purchasing decision.

