

ABSTRAK

Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Tokopedia Play

Zidan Maulana¹⁾, Zulkifli., S.E., M.M²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Digital Marketing*, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Produk Erigo Di Tokopedia Play. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan objek penelitian adalah Produk Erigo. Dalam penelitian ini, populasi tidak dapat diketahui jumlahnya secara pasti, dan dengan menggunakan purposive sampling sebagai metode pengambilan sampel sebanyak 163 sampel. Data tersebut dikumpulkan melalui kuesioner dan teknik analisis data menggunakan software SPSS versi 25. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian, Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian, dan Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian, dengan koefisien regresi masing-masing sebesar 0.382, 0.279 dan 0.271. Temuan ini mengindikasikan bahwa meningkatkan keputusan pembelian, Erigo perlu fokus pada *Digital Marketing*, Melalui pemasaran digital dengan konten konten di media sosial, serta memperkuat kualitas produk dengan harapan konsumen, Dan mempertahankan kualitas layanan dengan merespons permintaan konsumen

Kata Kunci: Digital Marketig, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Keputusan Pembelian

Pustaka :

Tahun Publikasi :