

ABSTRAK

Pengaruh Pemasaran Langsung dan Kualitas Pelayanan *Online* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *E-commerce Beauty Sociolla*.

Audisty Putri ¹⁾ Dr. Edi Purwanto. S.E., M.M., M.Mis., M.M.T.²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Perubahan gaya hidup tidak bisa dihindari yaitu salah satunya perubahan gaya hidup yang terjadi terhadap kecenderungan diri dalam menggunakan produk kecantikan. Sociolla merupakan *e-commerce* yang menjual perlengkapan produk kecantikan original dengan lengkap dan terpercaya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel pemasaran langsung dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Sociolla. Populasi pada Penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah berbelanja di Sociolla secara *online*. Metode sampel pada penelitian menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 112 responden. Data dari hasil kuesioner yang digunakan menggunakan skala Likert dan diolah menggunakan program SPSS. Dari hasil pengujian dapat dinyatakan bahwa pemasaran langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Sociolla, Pemasaran Langsung, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian