

ABSTRAK

PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ERA MEDIA SOSIAL : STUDI PADA K-POPPERS DI TWITTER YANG MEMBELI ALBUM SEVENTEEN

Oleh :

AMELIYA DELLA RAHMADANI
ameliyadella.r.8113@gmail.com

Platform media sosial digunakan untuk periklanan di era digital . Media sosial dianggap sebagai salah satu cara paling sukses untuk menjangkau pelanggan dan telah menjadi komponen penting dari kampanye pemasaran . Karena kemampuan media sosial untuk memfasilitasi promosi yang lebih cepat , respons yang lebih baik. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode asosiatif kausal. Data dikumpulkan secara online melalui kuesioner terstruktur dengan skala Likert yang disebarkan kepada 272 orang komunitas K-poppers di Twitter. Jumlah sampel ditentukan dengan melalui rumus Isaac dan Michael pendekatan non probability sampling. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda menggunakan perangkat lunak SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS IN THE SOCIAL MEDIA ERA: A STUDY ON K-POPPERS ON TWITTER WHO PURCHASED SEVENTEEN ALBUMS

By:

AMELIYA DELLA RAHMADANI

ameliyadella.r.8113@gmail.com

Social media platforms are widely used for advertising in the digital era. Social media is considered one of the most successful ways to reach customers and has become an essential component of marketing campaigns due to its ability to facilitate faster promotions and generate better audience responses. This study is a quantitative research using a causal associative method. Data were collected online through a structured questionnaire with a Likert scale, distributed to 272 members of the K-pop community on Twitter. The sample size was determined using the Isaac and Michael formula with a non-probability sampling approach. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the help of SPSS version 20 software. The results of the study show that digital marketing and product quality have a positive and significant influence on purchasing decision.

Keywords: *Digital Marketing, Product Quality, Purchase Decision*