

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT. PRIMA FRESHMART  
BULELENG**

**Oleh**

**Kenny Sucipto, NIM 1817041078**

**Jurusan Manajemen**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *digital marketing* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT. Prima Freshmart Buleleng. Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Subjek penelitian adalah konsumen yang berbelanja di PT. Prima Freshmart Buleleng, dan objek penelitian ini adalah digital marketing, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, sampel konsumen yang digunakan adalah 125 responden, data dikumpulkan dengan kuesioner serta pencatatan dokumen. Data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah: (1) *Digital marketing* dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (3) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci :** *Digital marketing*, keputusan pembelian, kualitas produk.

Abstract

This study aims to examine the effect of digital marketing and product quality on purchasing decisions at PT. Prima Freshmart Buleleng. The research design used is causal quantitative research. Research subjects are consumers who shop at PT. Prima Freshmart Buleleng, and the object of this research is digital marketing, product quality, and purchasing decisions. The sampling technique used is purposive sampling, the consumer sample used is 125 respondents, the data is collected by questionnaires and document recording. Data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results of this study are: (1) Digital marketing and product quality have a significant effect on purchasing decisions, (2) digital marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions, and (3) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions.

**Keywords:** Digital marketing, purchasing decisions, product quality.