

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA DINI ARTSHOP**

Oleh

Putu Agus Suta Wijaya, NIM 2017041234

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *digital marketing* dan kualitas produk terhadap minat beli di Dini Artshop baik secara simultan maupun parsial. Rancangan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian kausal. Subjek penelitian ini adalah Dini Artshop dan objek penelitian ini yaitu *digital marketing*, kualitas produk, dan minat beli. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden, dengan penentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (3) *digital marketing* dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat beli.

Kata-kata kunci: *Digital Marketing*, Kualitas Produk, Minat Beli.

ABSTRACT

This study aims to test the influence of digital marketing and product quality on purchasing interest at Dini Artshop both simultaneously and partially. This research design uses quantitative research using a causal research design. The subject of this study is Dini Artshop and the object of this study is digital marketing, product quality, and purchasing interest. The number of samples in this study was 120 respondents, with sample determination using purposive sampling. The data analysis method uses multiple linear regression. The results of the study show that (1) digital marketing has a positive and significant effect on purchasing interest. (2) product quality has a positive and significant effect on purchasing interest. (3) digital marketing and product quality have a significant effect simultaneously on purchasing interest.

Keywords: Digital Marketing, Product Quality, Purchase Interest.