

## ABSTRAKSI

**KHUSNUL KHOTIMAH, 1816120034**

**PENGARUH *DIGITAL MARKETING*, *WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AVOSKIN (STUDI KASUS PADA MAHASISWAI STIE PUTRA PERDANA INDONESIA).**

Skripsi. Program Studi Manajemen. 2023.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, *Word of Mouth*, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

( xiii + 175+ lampiran )

Penelitian ini diajukan untuk mengetahui pengaruh *digital marketing*, *word of mouth*, kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Avoskin pada mahasiswa/i di STIE Putra Perdana Indonesia Kampus Citra Raya. Penelitian ini menggunakan metode kuisioner yang diisi oleh 93 responden yang dijadikan sampel penelitian ini adalah 93 responden dengan kriteria yang ditentukan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Pada penelitian ini analisis data menggunakan bantuan SPSS versi 26. Teknik analisis data menggunakan Demografi data penelitian jenis kelamin, usia, pendidikan dan lama pemakaian produk. Frekuensi jawaban responden X1, X2, X3 dan Y. Uji validitas, Uji reabilitas, Uji normalitas dan dilanjutkan dengan Uji koefisien korelasi parsial. Uji Determinasi R<sup>2</sup> Nilai ini diperoleh dari penguadratan dari koefisien korelasi ( 0,921 x 0,921 ) Koefisien determinasi dalam persen R<sup>2</sup> = 0,8482 x 100% = 84,8%, yang artinya pengaruh X1, X2 dan X3 terhadap Y sebesar 84,8%, sedangkan sisanya 15,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Uji analisis linear berganda  $Y = 1,474 + 306 X1 + 487 X2 + 292 X3$ . Uji t parsial t hitung = 2.472 dan sig (p) = 0,000 X1, t hitung = 3.950 dan sig (p) = 0,000 X2, t hitung = 2.721 dan sig (p) = 0,003 X3. Uji F dan Nilai F hitung 52.554 dan sig (p) = 0,000. Dimana sig (p) = 0,000 < 0,05 (signifikan), maka Ho ditolak Ha diterima. Peneliti sangat menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna, kritikan dan saran dari pembaca bisa menjadi masukan bagi peneliti.

## ABSTRACTION

**KHUSNUL KHOTIMAH, 1816120034**

**THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING, WORD OF MOUTH AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASING DECISIONS FOR AVOSKIN PRODUCT (STUDY CASE ON STIE PUTRA PERDANA INDONESIA STUDENTS).**

*Thesis. Management Department. 2023.*

*Keywords: Digital Marketing, Word of Mouth, Product Quality and Purchasing Decisions*

*( xiii + 175+ attachments )*

*This research was proposed to determine the influence of digital marketing, word of mouth, product quality on purchasing decisions for Avoskin products for students at STIE Putra Perdana Indonesia Citra Raya Campus. This study used a questionnaire method filled out by 93 respondents who were sampled for this study were 93 respondents with specified criteria. The technique used in this study was purposive sampling. In this study, data analysis used the help of SPSS version 26. Data analysis techniques use demographic research data gender, age, education and duration of product use. The frequency of respondents' answers X1, X2, X3 and Y. Validity test, Reliability test, Normality test and continued with Partial Correlation Coefficient test. R2 Dertirmination Test This value is obtained from the spacing of the correlation coefficient (0.921 x 0.921) The coefficient of determination in percent  $R^2 = 0.8482 \times 100\% = 84.8\%$ , which means that the influence of X1, X2 and X3 on Y is 84.8%, while the remaining 15.2% is influenced by other variabels that were not studied in this study. Multiple linear analysis test  $Y = 1.474 + 306 X1 + 487 X2 + 292 X3$ . Test partial t count = 2.472 and sig (p) = 0.000 X1, t count = 3.950 and sig (p) = 0.000 X2, t count = 2.721 and sig (p) = 0.003 X3. Test F and Value F calculate 52.554 and sig (p) = 0.000. Where sig (p) = 0.000 < 0.05 (significant), then Ho rejected Ha accepted. Researchers are well aware that this research is far from perfect, criticism and suggestions from readers can be input for researchers.*