

ABSTRAK

PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada LadyFame Store Bandar Lampung)

Oleh

Aulia Kartika

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh digital marketing, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk LadyFame di Bandar Lampung.

Penelitian ini merupakan explanatory research dengan metode kuantitative. Dalam hal ini, peneliti menggunakan purposive sampling, dengan pengumpulan data melalui kuesioner pada 100 sampel. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda dengan alat test *Statical Product and Service Solution* (SPSS), yaitu *smart SPSS Version 20.0*.

Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa hasil hitungan statistik secara simultan menunjukkan semua faktor (digital marketing, kualitas produk, kualitas layanan, persepsi harga) mempunyai nilai pengaruh positif namun lemah. Secara parsial, variabel digital marketing, kualitas pelayanan, dan persepsi harga berpengaruh tidak signifikan. Sedangkan kualitas produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Digital Marketing, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING, PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY AND PRICE PERCEPTION TOWARD PURCHASE DECISION

(Survey at *LadyFame Store Bandar Lampung*)

By

AULIA KARTIKA

The purpose of this study is to analyze the influence of digital marketing, product quality, service quality, and price perception toward customer's purchase decision at LadyFame in Bandar Lampung. This research category is belonged to explanatory research with quantitative method. Purposive sampling was used to get a valid data with 100 Ladyfame Store consumers as the respondent using Likert Scale. SPSS Version 20.0 was used to analyzed the data. Based on the result, this research shows all the variables that consist of digital marketing, product quality, service quality, and price perception simultaneously have positive influence toward purchase decision but in a low score, meanwhile the other variable have no influence toward purchase decision on LadyFame Bandar Lampung.

KeyWords; Digital Marketing, Product Quality, Proper Service, Price Perception, Purchasing decision.