

# **Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Make Over di Jakarta Utara**

Oleh Evryana Wulandari

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh digital marketing dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Make Over di wilayah Jakarta Utara. Perkembangan teknologi dan internet telah mengubah lanskap pemasaran, dengan digital marketing menjadi elemen kunci dalam strategi pemasaran perusahaan. Di sisi lain, kualitas produk menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data dari survei melalui kuesioner secara online yang disebar kepada responden yang merupakan konsumen Make Over di wilayah Jakarta Utara. Sampel penelitian dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan teknik regresi berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen (digital marketing dan kualitas produk) dan variabel dependen (keputusan pembelian). Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) Digital marketing memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Make Over di Jakarta Utara. (2) Kualitas produk juga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, kedua faktor ini berperan penting dalam membentuk preferensi konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk Make Over. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi perusahaan Make Over dan pemasar di industri kosmetik dan kecantikan. Strategi digital marketing yang efektif dan upaya meningkatkan kualitas produk dapat meningkatkan daya tarik merek dan membantu meningkatkan penjualan. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen.

**Kata Kunci:** Digital Marketing, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Konsumen, Make Over

***The Influence of Digital Marketing and Product Quality on Make Over Consumers' Purchase Decision in North Jakarta***

*By Evryana Wulandari*

***ABSTRACT***

*This study aims to investigate the influence of digital marketing and product quality on the purchasing decisions of Make Over consumers in North Jakarta. The advancements in technology and the internet have transformed the marketing landscape, with digital marketing becoming a key element in company marketing strategies. On the other hand, product quality is an essential factor that influences consumer purchasing decisions. This research utilizes a quantitative approach by collecting data through an online survey questionnaire distributed to Make Over consumers in the North Jakarta area. The research sample was selected using purposive sampling method. The collected data were analyzed using multiple regression techniques to examine the relationship between independent variables (digital marketing and product quality) and the dependent variable (purchasing decisions). The results of the analysis indicate that: (1) Digital marketing has a significant positive influence on the purchasing decisions of Make Over consumers in North Jakarta. (2) Product quality also has a significant positive influence on consumer purchasing decisions. Thus, both factors play a crucial role in shaping consumer preferences when deciding to purchase Make Over products. These findings have important implications for Make Over companies and marketers in the cosmetics and beauty industry. Effective digital marketing strategies and efforts to improve product quality can enhance brand attractiveness and boost sales. Furthermore, this research can serve as a reference for future studies in the fields of marketing and consumer behavior.*

***Keywords:*** *Digital Marketing, Product Quality, Purchasing Decisions, Consumers, Make Over*