

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Digital Marketing* dan Produk Terhadap Keputusan Konsumen Generasi Milenial dalam Membeli Merchandise Korean Pop (Studi Kasus pada Grub Order Etheral Jawa Timur” ini yang ditulis oleh Nur Fadia, NIM. 12405183082, pembimbing Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingkat penggunaan *digital marketing* meningkat pesat terutama oleh para milenial dalam industry penjualan produk terutama *Korean pop*. Salah satu faktor keputusan pembelian didasari oleh penggunaan *digital marketing*, dan produk yang mana pelaku usaha harus memperhatikan apa saja yang menjadikan dilakukannya keputusan pembelian oleh para konsumen

Dalam penelitian ini peneliti membuat rumusa masalah. Rumusan masalah tersebut adalah: (1) Apakah *digital marketing* memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Korean pop?, (2) Apakah produk Korean pop memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Korean pop?, (3) Apakah *digital marketing* dan produk berpengaruh secara simultan terhadap minat pembelian Korean pop?

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah probability sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dari grub order Etheral yang aktif melakukan transaksi pembelian. Selanjutnya, kuisisioner yang telah di sebarakan dianalisis dengan regresi linier berganda yang berfungsi sebagai pembuktian hipotesis penelitian, selanjutnya dilakukan uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel *digital marketing* dan produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel *digital marketing* dan produk secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *digital marketing*, produk, keputusan konsumen, generasi melinial, dan *Korean pop*

## **ABSTRACT**

*This thesis entitled "The Influence of Digital Marketing and Products on Millennial Generation Consumer Decisions in Buying Korean Pop (Case Study on East Java Etheral Grub Order" was written by Nur Fadia, NIM. 12405183082, supervisor Dr. Qomarul Huda, M.Ag.*

*This research is motivated by the increasing use of digital marketing, especially by millennials in the product sales industry, especially Korean pop . One of the factors in purchasing decisions is based on the use of digital marketing, and products where business actors must pay attention to what makes purchasing decisions by consumers.*

*In this study, the researcher made a problem formulation. The formulations of the problem are: (1) Does digital marketing have an influence on purchasing decisions for Korean pop ?, (2) Do Korean pop products have an influence on purchasing decisions for Korean pop ?, (3) Do digital marketing and products have a simultaneous effect on Interested in purchasing Korean pop ?*

*The technique used in this research is probability sampling. The number of samples used in this study were 100 respondents from the Etheral grub order who actively made purchase transactions. Furthermore, the questionnaires that have been distributed were analyzed by multiple linear regression which serves as proof of the research hypothesis, then the validity test, reliability test and classical assumption test were carried out.*

*Hypothesis testing using t test shows that digital marketing and product variables partially have a positive effect on purchasing decisions. Furthermore, through the F test, it can be seen that the digital marketing and product variables together have a positive influence on purchasing decisions.*

*Keywords : digital marketing, products, consumer decisions, millennial generation, and Korean pop*