

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Digital Marketing Syariah, Personal Selling* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Kosmetik Di Bravo Tulungagung” ini ditulis oleh Agus Firmansyah, NIM. 12405193166, dengan dosen pembimbing Nadia Rosmalita Sari, S.Pd., M.Kom.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan industri kecantikan di Indonesia cukup pesat dalam beberapa tahun ke belakang, Oleh karena itu tingkat persaingan pasar kosmetik juga semakin ketat, hal tersebut ditandai dengan banyaknya perusahaan cosmetic yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi proses pemasaran dan kualitas produk yang beraneka ragam. Dengan demikian perusahaan kosmetik dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan agar mampu bersaing dan unggul dibandingkan pesaingnya. Maka dari itu penelitian ini mengangkat permasalahan digital marketing, personal selling dan kualitas produk Wardah Cosmetics Store Bravo Tulungagung, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh digital marketing, personal selling dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah accidental sampling. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu konsumen dari wardah cosmetics store bravo tulungagung yang diperoleh dari hasil perhitungan penentuan jumlah responden menggunakan teori lemeshow. Data kuesioner yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik telah di analisis dengan regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (1) *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Wardah Cosmetics Store Bravo Tulungagung. (2) variable *Personal Selling* secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di wardah cosmetics store bravo tulungagung. (3) Dan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di wardah cosmetics store bravo tulungagung. Dari hasil pengujian secara simultan menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan secara Bersama-sama antara variable bebas dan variable terikat artinya terdapat pengaruh signifikan antara digital marketing, personal selling, kualitas produk terhadap keputusan pembelian di wardah cosmetics store bravo tulungagung. Sedangkan hasil dari pengujian koefisien determinansi terdapat pengaruh sebesar 62,5%. Dan sisanya sebesar 37,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Kata Kunci: *Digital Marketing, Personal Selling, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

This thesis entitled "The Influence of Digital Marketing Syariah, Personal Selling and Product Quality on Purchasing Decisions for Wardah Cosmetic Products at Bravo Tulungagung Bravo Tulungagung" was written by Agus Firmansyah, NIM. 12405193166, with supervisor lecturer Nadia Rosmalita Sari, S.Pd., M.Kom.

This research is motivated by the development of the beauty industry in Indonesia quite rapidly in the past few years. Therefore, the level of competition in the cosmetics market is also getting tougher, this is indicated by the many cosmetic companies that produce products of the same type but the marketing process and product quality various. Thus cosmetic companies are required to create strategies that can attract consumers to consume the products and services offered in order to be able to compete and excel compared to their competitors. Therefore this study raises the issue of digital marketing, personal selling and product quality at Wardah Cosmetics Store Bravo Tulungagung, with the aim of knowing the effect of digital marketing, personal selling and product quality on purchasing decisions both partially and simultaneously.

This research uses a quantitative approach with multiple linier regression analysis. The technique used in sampling in this study was accidental. The number of samples used in this study were 100 respondents, namely consumers from Wardah Cosmetics Store Bravo Tulungagung which were obtained from the results of calculating the number of respondents using the Lemeshow theory. Questionnaire data that has fulfilled the validity test, reliability test, and classic assumption test has been analyzed with multiple linear regression which serves to prove the research hypothesis.

The results of this study indicate that partially (1) Digital Marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions at Wardah Cosmetics Store Bravo Tulungagung. (2) the Personal Selling variable partially has no effect on purchasing decisions at Wardah cosmetics store Bravo Tulungagung. (3) and product quality partially has a positive and significant effect on purchasing decisions at Wardah Cosmetics Store Bravo Tulungagung. From the simultaneous test results, it shows that there is a jointly significant effect between the independent variable and the dependent variable, meaning that there is a significant influence between digital marketing, personal selling, product quality on purchasing decisions at Wardah Kosmetics Store Bravo Tulungagung. While the results of testing the coefficient of determination have an effect of 62.5%. And the remaining 37,5% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Digital Marketing, Personal Selling, Product Quality and Purchase Decision*