

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO DI WEKA PONSEL BINUANG  
KABUPATEN TAPIN**

**Izza Zelvia<sup>1</sup>, H.j Farida Yulianti<sup>2</sup>, Syahrani<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Manajemen,61101 fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)  
Muhammad Arsyad Al-Banjari,19310167

<sup>2</sup>Manajemen,61101 fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)  
Muhammad Arsyad Al-Banjari,069809131

<sup>3</sup>Manajemen,61101 fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA)  
Muhammad Arsyad Al-Banjari,1125097401

Email: [izzaselviaa@gmail.com](mailto:izzaselviaa@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Weka Ponsel Binuang Kabupaten Tapin, (2) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Weka Ponsel Binuang Kabupaten tapin, (3) Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Weka Ponsel Binuang Kabupaten Tapin.

Metode dalam penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kuantitatif. Data yang dikumpulkan peneliti ini menggunakan kuesioner atau memberi beberapa lembar pertanyaan untuk mengumpulkan data responden dengan jumlah responden sebanyak 93 orang. Responden diambil dari konsumen Weka Ponsel Binuang. Data yang di dapat di analisis melalui analisis deskriptif, uji validitas, uji reabilitas, uji analisis regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis, dengan melakukan uji koefisien determasi (R<sup>2</sup>), uji F, dan uji t dengan menggunakan bantuan SPSS versi 24.

Hasil penelitian ini menunjukkan : (1) Digital Marketing berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, mealui uji t dengan nilai koefisien variable Digital Marketing sebesar 3,459 dan signifikan pada 0,001, (2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui uji t nilai koefisien variable Kualitas Produk sebesar 3,582 dan signifikan pada 0,001, (3) Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, melalui uji F dengan nilai sebesar 128.325 dengan probalitas signifikan 0,000.

**Kata kunci: Digital Marketing dan Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.**

## REFERENSI

Ajis, Tika Melany, and Sri Ekowati, 'Pengaruh Kualitas Produk, Iklan, Dan Social Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah, Bengkulu', *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis*, 1.2 (2020), 212-23

Abdullah, Prof. Ma'ruf, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Aswaja Pressindo, 2015

Cahyani Regita Ayu (2021), *Pengaruh Digital dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM olahan Buah Mangga di Kabupaten Indramayu (Studi Kasus Pada Konsumen UMKM Olahan Buah Mangga)*

Cahya, Eva, and Harti, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Z Series Di Counter Insight Plaza Marina Surabaya', *Universitas Negeri Surabaya*, 1.1 (2015), 1–15

Devi Laeli Putri, Rochiyati Murniningsih, Mulato Santosa (2022) 87-111 *Pengaruh Digital Marketing, Label Halal, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan (Studi Empiris UMKM Oleh-Oleh Getuk Eco Magelang)*

Ichawan Mustofa. (2023). *Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).*

Kenny Sucipto (2022), *Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di PT Freshmart Bulleng*

Kotler, P., and Keller, K. L. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga: Jakarta.

Muhammad Nur Fadlil, Dwi Dewianawati, Retna Agustina, 345-364, (2022) *Pengaruh Digital Marketing, Penggunaan Promosi Endrosmet, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Merek Pakaian Sutr Heritage.*

Muhammad Nur Fadlil, Dwi Dewianti, Retna Agustina, 345-364(2022) *Pengaruh Digital MMarketing, Penggunaan Promosi Endrosmen, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*

Pratama Alexandra Yoga (2023), *Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta Yang Membeli Produk Perawatan Skintific)*

Sungkaningsih, Putri Aji and, Sri Murwanti, S.E., M.M. 2022 *Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Poduk Iphone (Study kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sukarata Yang Menggunakan Iphone)*

Septi Nuristiqomah, Joko Widodo dan Mukhamad Zulianto. 2020. *Pengaruh Kualitas*

*Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar Simpati Telkomsel. Jurnal Pendidikan Ekonomi.No. 1, Vol. 14, 166-170.*

*Shakira Agnia (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Korean Cake (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).*

*Setiawan Attariq Kurniawan (2023), Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Fastfood KFC (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)*