

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh dari *digital marketing*, *brand loyalty* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *hair styling brand* Gatsby di Semarang.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk *hair styling brand* Gatsby. Sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang. Analisa data dilakukan menggunakan analisis regresi logistic ordinal dengan SPSS 23 dan 29.

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *digital marketing* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel *brand loyalty* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan variabel *digital marketing*, *brand loyalty*, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *digital marketing*, *brand loyalty* dan kualitas produk, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This research aims to analyze and describe the influence of digital marketing, brand loyalty and product quality on purchasing decisions for Gatsby brand hair styling products in Semarang.

The population in this research is consumers of Gatsby brand hair styling products. The sample used in this research was 100 people. Data analysis was carried out using ordinal logistic regression analysis with SPSS 23 and 29.

The results of this research analysis show that the digital marketing variable has a positive but not significant influence on purchasing decisions, the brand loyalty variable influences purchasing decisions, the product quality variable has a positive influence on purchasing decisions, and the digital marketing, brand loyalty and product quality variables simultaneously influence purchasing decisions.

Keywords: digital marketing, brand loyalty and product quality, purchasing decisions