

## ABSTRAK

Nama : Sabrina Luvita  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Produk Erigo Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh)

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang pengaruh dari kualitas produk, citra merek dan *digital marketing* terhadap minat beli pada produk Erigo di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan dari penyebaran kuesioner secara *online* (*google form*) dan diolah menggunakan SPSS 25.0 Sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda, uji validitas, uji reliabilitas. Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis menggunakan uji parsial (uji t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek dan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk Erigo di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Citra Merek, *Digital Marketing*.

## **ABSTRACT**

*Name : Sabrina Luvita*  
*Study Program : Management*  
*Title : The Influence Of Product Quality, Brand Image And Digital Marketing On Purchase Interest Erigo Products To Users Shopee Application (Case Study Of Students At The Faculty Of Economics And Business, Malikussaleh University)*

*This research was conducted to find out the influence of product quality, brand image and digital marketing on purchasing interest in Erigo products at the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University. This research uses a quantitative approach where the data used is primary data collected from distributing questionnaires online (google form) and processed using SPSS 25.0. The sample in this study was 120 people. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression, validity test, reliability test. The classic assumption test consists of the normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. Test the hypothesis using a partial test (t test). The research results show that product quality, brand image and digital marketing have a positive and significant effect on purchasing interest in Erigo products at the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University.*

***Keywords : Product Quality, Brand Image, Digital Marketing.***