

## ABSTRAK

Nama : **Nurul Fadzila Dwi Sapitri**  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh pemasaran digital dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk usaha kecil dan menengah di Kabupaten Aceh Utara

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pemanfaatan *platform digital marketing* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk UMKM di Kabupaten Aceh Utara. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada 150 responden yang melakukan pembelian produk-produk UMKM. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform digital marketing dan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk UMKM di Kabupaten Aceh Utara. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa keputusan pembelian dalam melakukan pembelian berbagai produk UMKM dipengaruhi oleh digital marketing dan kualitas produk mencapai 54,3 persen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi penting terkait pentingnya penggunaan *platform digital* dan kualitas produk sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

**Kata Kunci:** *digital marketing*, kualitas produk, keputusan pembelian, UMKM.

## **ABSTRACT**

*Name* : **Nurul Fadzila Dwi Sapitri**  
*Studi Program* : *Manajemen*  
*Title* : *The influence of digital marketing and product quality on product purchasing decisions for small and medium enterprises in North Aceh Regency.*

*This research aims to find out how the use of digital marketing platforms and product quality influence MSME product purchasing decisions in North Aceh Regency. The data used in this research is primary data obtained by distributing questionnaires to 150 respondents who purchased MSME products. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using SPSS version 26 software. The research results show that the digital marketing platform and product quality partially have a positive and significant effect on purchasing decisions for MSME products in North Aceh Regency. The results of testing the coefficient of determination show that purchasing decisions in purchasing various MSME products are influenced by digital marketing and product quality reaching 54.3 percent. It is hoped that the results of this research will provide important information regarding the importance of using digital platforms and product quality in accordance with customer expectations.*

*Keywords: digital marketing, product quality, purchasing decisions, MSMEs.*