

**PENGARUH *MARKETING ONLINE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN BAMBOO CHARCHOAL MSI  
DI WITRI MUAMALAH STOKIS MSI LAMONGAN**

**ABSTRAK**

**Oleh**

**Leli Andriani**

**Dosen Pembimbing**

**Nurul Hidayati, SE., MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh *marketing online* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sabun *Bamboo Charcoal* MSI di Witri Muamalah Stokis MSI Lamongan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan transaksi Sabun *Bamboo Charcoal* MSI di Witri Muamalah Stokis MSI Lamongan. Jumlah sampel diambil berjumlah 86 orang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Data dianalisis dengan menggunakan Seri Program Statistik (SPSS) versi 22. Kualitas data penelitian dapat diperoleh dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Hal ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa data yang terkumpul memenuhi kriteria kelayakan sehingga dapat diuji dengan alat statistik apapun. SPSS merupakan metode statistik yang dipilih untuk memecahkan masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Marketing online* dan kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata kunci : *Marketing online*, kualitas produk dan keputusan pembelian.

**THE EFFECT OF ONLINE MARKETING AND PRODUCT QUALITY ON  
SOAP PURCHASE DECISIONS BAMBOO CHARCHOAL MSI  
AT WITRI MUAMALAH STOKIS MSI LAMONGAN**

**ABSTRACT**

**By**

**Leli Andriani**

**Consellor**

**Nurul Hidayati, SE., MM**

This study aims to determine, analyze and explain the influence of online marketing and product quality on purchasing decisions Soap Bamboo Charcoal MSI at Witri Muamalah Stokis MSI Lamongan. The population in this study are customers who make soap transactions Bamboo Charhoal MSI di Witri Muamalah Stokis MSI Lamongan. The number of samples taken was 86 people. The technique used in sampling in this study was purposive sampling. Data were analyzed using the Statistical Program Series (SPSS) version 22. The quality of research data can be obtained by conducting a validity and reliability test. This is intended to ensure that the data collected meets the eligibility criteria so that it can be tested with any statistical tool. SPSS is the statistical method chosen to solve the problem formulated in this study. The results of this study indicate that online marketing and product quality are proven to have a positive and significant effect on purchasing decisions

Keywords: Online marketing, product quality and purchasing decisions