

## ABSTRAK

**Ayu Anisa. 3402190067. Pengaruh Pemasaran Digital dan *Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen Scarlet Whitening di K-Shop Ciamis). Di bawah bimbingan Bapak Dr. Nana Darna,S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Enjang Nursolih, S.H., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh belum optimalnya keputusan pembelian keputusan pembelian konsumen terhadap produk Scarlet Whitening pada K-Shop Ciamis yang diakibatkan oleh belum optimalnya pelaksanaan pemasaran digital dan *electronic word of mouth*. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana pengaruh pemasaran *digital* terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Scarlet Whitening di K-Shop Ciamis?; 2) Bagaimana pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Scarlet Whitening di K-Shop Ciamis?; Bagaimana pengaruh pemasaran *digital* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Scarlet Whitening di K-Shop Ciamis?. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Pengaruh pemasaran *digital* terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Scarlet Whitening di K-Shop Ciamis; 2) Pengaruh *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Scarlet Whitening di K-Shop Ciamis; 3) Pengaruh pemasaran *digital* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Scarlet Whitening di K-Shop Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan pendekatan data kuantitatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Scarlet Whitening di K-Shop Ciamis pada bulan September 2022 sampai dengan bulan Februari 2023 yaitu sebanyak 1.524 orang, sampel yang dipilih adalah sebanyak 94 orang. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu studi kepustakaan, studi lapangan dan penyebaran angket. Adapun hasil penelitian adalah sebagai berikut: 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan pemasaran *digital* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Scarlet Whitening* di K-Shop Ciamis. Dengan hasil uji korelasi yang menunjukkan cukup kuat. Artinya jika pelaksanaan pemasaran *digital* semakin baik maka keputusan pembelian akan meningkat; 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Scarlet Whitening* di K-Shop Ciamis. Dengan hasil uji korelasi yang menunjukkan cukup kuat. Artinya jika pelaksanaan *electronic word of mouth* semakin efektif maka keputusan pembelian akan meningkat; 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan pemasaran *digital* dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Scarlet Whitening* di K-Shop Ciamis. Dengan hasil uji korelasi yang menunjukkan tingkat hubungan yang kuat. Artinya jika pelaksanaan pemasaran *digital* semakin baik dan *electronic word of mouth* semakin efektif maka keputusan pembelian akan meningkat.

**Kata Kunci: Pemasaran Digital, *Electronic Word of Mouth* dan Keputusan Pembelian**

