

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembeli (2) Pengaruh marketing Online terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dimana pengumpulan data nya menggunakan metode penyebaran kuesioner. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 60 orang dengan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan (1) variable kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variable keputusan pembelian, (2) variable marketing Online berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variable keputusan pembelian. Dan dari uji f bahwasanya variable kualitas produk dan variable marketing online berpengaruh secara simultan terhadap variable keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Marketing Online dan Keputusan Pembelian