

## **ABSTRAK**

Manajemen pemasaran merupakan ilmu yang diaplikasikan dalam suatu organisasi atau perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidup melalui proses merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan program yang melibatkan konsep pemasaran guna mencapai tujuan awal perusahaan yang telah dirancang sedemikian rupa agar dapat semua rencana dapat berjalan sesuai harapan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kualitas produk dan periklanan terhadap keputusan pembelian pada Distro Ld Seventeen baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah populasi sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, analisis korelasi berganda dan analisis koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dalam kategori lemah, skor rata-rata yang paling rendah adalah Produk Distro Ld Seventeen memiliki produk yang sesuai dengan gambar pada iklan. Kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 21,2%. Periklanan masuk ke dalam kategori lemah, skor rata-rata yang paling rendah adalah Pemilihan media periklanan (instagram, poster, dan brosur) yang digunakan distro Ld Seventeen sudah tepat. Periklanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 28,9%. Keputusan Pembelian pada kategori lemah, skor rata-rata yang paling rendah adalah Anda rata-rata membeli produk di Distro Ld Seventeen sangat sering dalam satu bulan. Sedangkan secara simultan kedua variabel independen yaitu kualitas produk dan periklanan mempunyai pengaruh sebesar 50,1% terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Kualitas Produk, Periklanan dan Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*Marketing management is a science that is applied in an organization or company in maintaining survival through the process of planning, implementing, coordinating and controlling programs that involve the marketing concept in order to achieve the company's initial objectives that have been designed in such a way that all plans can go as expected.*

*This study aims to determine how much product quality and advertising to purchase decisions on Ld Seventeen distributions either partially or simultaneously. The research method used is descriptive and verification method with a population of 100 respondents. Data collection techniques used were interviews, observation and distributing questionnaires. The data analysis method used is validity test, reliability test, multiple regression analysis, multiple correlation analysis and coefficient of determination analysis.*

*The results show that the quality of the product is in the weak category, the lowest average score is the Lvent Seventeen Distro Product that has a product that matches the image on the ad. Product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions which is equal to 21.2%. Advertising falls into the weak category, the lowest average score is the selection of advertising media (Instagram, posters, and brochures) used by the Lvent Seventeen distribution. Advertising has a positive and significant influence on purchasing decisions that is equal to 28.9%. Purchase decisions in the weak category, the lowest average score is that you buy products on the Lvent Seventeen Distro very often in one month. While simultaneously both independent variables namely product quality and advertising have an influence of 50.1% on purchasing decisions.*

*Keywords: Product Quality, Advertising and Purchasing Decisions.*