

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih, saat ini pengguna internet sudah tidak asing lagi untuk memasarkan suatu produk. Suatu usaha yang dilakukan untuk pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan media internet dapat disebut juga *e-marketing*. *E-marketing* adalah bagian integral dari *e-commerce*, yang mencakup berbagai strategi dan metode untuk mempromosikan produk atau layanan *online* melalui media elektronik atau internet. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengaruh *Promotion* Dan *Product Quality* Terhadap *Buying Decision* (Studi Pada Pelanggan Wanita Camille Beauty Di Tiktok). Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 70 konsumen yang pernah berbelanja produk Camille Beauty, metode yang digunakan adalah teknik non probability sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner dan metode analisis data dilakukan dengan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *promotion* dan *product quality* berpengaruh terhadap *buying decision* pada pelanggan wanita Camille Beauty di TikTok. Melalui penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan terkait manajemen pemasaran.

Kata kunci: *Promotion, Product Quality* dan *Buying Decision*.

ABSTRACT

Along with the development of increasingly sophisticated technology, nowadays internet users are familiar in marketing a product. The attempt carried out to market products or services by using internet media can also be called e-marketing. E-marketing is an integrated part of e-commerce, covering many strategies and methods to promote products or services online through electronic media or internet. The purpose of this research is to analyse the influence of promotion and product quality on buying decision (a case study in female customers of Camille Beauty in TikTok). The number of respondents involved is 70 consumers who have once bought the products of Camille Beauty. The method used for data collection technique is non probability sampling which is conducted through distributing questionnaires, and the data analysis method used is double regression. The results indicate that promotion and product quality have influence on buying decision for female customers of Camille Beauty in TikTok. The benefits of this research are to improve knowledge, and to broaden horizon related to marketing management.

Keywords: *Promotion, Product Quality and Buying Decision.*