

ABSTRAK

Alasan penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak periklanan dan pemasaran virtual, dukungan superstar, dan atribut produk terhadap pilihan belanja di toko Dynay Jember. Dynay Jember diharapkan dapat lebih tertarik pada periklanan dan pemasaran virtual, dukungan selebriti, dan atribut produk. Karena mendengarkan 3 komponen tersebut akan mempengaruhi pilihan belanja klien untuk Dynay Jember. Selain itu, Dynay Jember diperkirakan akan lebih meminati persaingan dalam mengembangkan produk Dynay. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan strategi opportunity sampling, yaitu proporsional stratified random sampling dan pola delapan puluh responden. Jenis fakta yang digunakan adalah fakta nomor satu dan fakta sekunder untuk menguji pengaruh antar variabel dengan menggunakan model SPSS (Statistical Service Product Solution) 26 dan strategi evaluasi fakta dengan menggunakan beberapa pengujian regresi linier. Konsekuensi dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel periklanan dan pemasaran virtual, khususnya dukungan superstar dan fitur produk, memiliki dampak besar terhadap pilihan belanja.

Kata Kunci : *digital marketing, celebrity endorsement*, atribut produk, keputusan pembelian



ABSTRACT

The reason of this studies is to decide the impact of virtual advertising and marketing, superstar endorsements, and product attributes on shopping choices on the Dynay Jember store. It is was hoping that Dynay Jember can pay greater interest to virtual advertising and marketing, superstar endorsements and product attributes. Because listening to those 3 components will impact client shopping choices for Dynay Jember. Apart from that, Dynay Jember is predicted to pay greater interest to competition in growing Dynay products. This studies makes use of a quantitative approach. Sampling became done the use of possibility sampling strategies, specifically proportional stratified random sampling and a pattern of eighty respondents. The varieties of facts used are number one and secondary facts to check the impact among variables the use of SPSS (Statistical Service Product Solution) model 26 and facts evaluation strategies the use of a couple of linear regression testing. The consequences of this studies display that virtual advertising and marketing variables, specially superstar endorsements and product features, have a substantial impact on shopping choices.

Keywords: digital marketing, celebrity endorsement, product attributes, purchase decisions

