

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING,  
DIGITAL KNOWLEDGE AND CELEBRITY ENDORSMENT ON  
CUSTOMER PURCHASE DECISIONS IN INTEREST IN SCARLETT  
PRODUCTS**

**Dian Ayu maulana**

**041910174**

**ABSTRACT**

This research intends to measure how big the role of marketing has been played by Scarlett products in attracting consumers from Lamongan Islamic University students in customer decision-making in interest in Scarlett skin care products.

This research used a quantitative method, taking 93 respondents using the simple random sampling technique, measured using a Likert scale using the SPSS Version 26 analysis tool. The data was tested using validity testing tools, reliability testing, multiple linear regression, multiple correlations, coefficient of determination ( $R^2$ ), t-test, and F test.

The results of the validity test showed that  $r\text{-count} > r\text{-table}$  0.171 was declared valid, the reliability test for all variables having Cronbach's Alpha  $> 0.60$  was declared reliable, multiple regression test  $Y = 1.766 + 0.044 X_1 + 0.432 X_2 + 0.357 X_3$  then the dominant variable was Digital Knowledge, the multiple correlation test shows a value of 0.689 strong and positive, the coefficient of determination ( $R^2$ ) 0.475 47.5% the remaining 45.5% is influenced by other variables, t-test variable Digital Knowledge and Celebrity Endorsement  $t\text{-count} > t\text{ table}$  1.986 with  $\text{sig} < 0.05$  while the Digital Marketing Variable does not affect purchasing decisions, F test  $F\text{-count}$  26.865  $> F\text{-table}$  2.71  $\text{sig}$  0.000  $< 0.05$   $H_1$  is accepted.

Thus, the outline of the research says that the Digital Knowledge variable is a key point in increasing customer purchasing decisions in interest in Scarlett products. Suggestions that can be given to further studies are related to the insignificant relationship that occurs between Digital Marketing and purchasing decisions that result in unsatisfactory relationships.

*Keywords: Digital marketing, digital knowledge, celebrity endorsement, purchasing decisions, marketing.*

**ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING, DIGITAL  
KNOWLEDGE DAN CELEBRITY ENDORSMENT TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN DALAM MINAT PRODUK  
SCARLETT**

**Dian Ayu maulana**

**041910174**

**RINGKASAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar peran pemasaran yang telah dilakukan produk Scarlett dalam menarik konsumen dari Mahasiswa Universitas Islam Lamongan dalam pengambilan keputusan pelanggan dalam minat produk perawatan kulit scarlett

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif mengambil 93 responden dengan menggunakan teknik *simple random sampling* diukur menggunakan skala likert menggunakan alat analisis SPSS Versi 26. Data diuji menggunakan alat uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji t, dan uji F.

Hasil uji validitas menunjukkan  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel 0,171 dinyatakan valid, uji reliabilitas semua variabel memiliki *Cronbach's Alpha*  $>$  0,60 dinyatakan reliabel, uji regresi berganda  $Y = 1.766 + 0,044 X_1 + 0,432 X_2 + 0.357 X_3$  maka variabel dominan adalah *Digital Knowledge*, uji korelasi berganda menunjukkan nilai sebesar 0,689 kuat dan bersifat positif, koefisien determinasi ( $R^2$ ) 0,475 47,5% sisanya 45,5% dipengaruhi oleh variabel lain, uji t variabel *Digital Knowledge* dan *Celebrity Endorsment*  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel 1,986 dengan  $\text{sig} < 0,05$  sedangkan Variabel *Digital Marketing* tidak adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian, uji F  $F$ -hitung 26,865  $>$   $F$ -tabel 2,71  $\text{sig} 0,000 < 0,05$   $H_1$  diterima.

Dengan demikian garis besar studi menjelaskan bahwasanya variabel *Digital Knowledge* menjadi poin kunci didalam meningkatkan keputusan pembelian pelanggan dalam minat produk Scarlett. Saran yang bisa diberikan kepada studi selanjutnya adalah terkait tidak signifikannya hubungan yang terjadi antara *Digital Marketing* dengan keputusan pembelian yang menghasilkan hubungan kurang memuaskan.

*Kata kunci : Digital marketing, digital knowledge, celebrity endorsment, keputusan pembelian, pemasaran.*