

ABSTRAK

Pengaruh *Influencer marketing* dan *Digital marketing* terhadap Keputusan Pembelian pada *Yoghurt youjell*

Deffa Medy Azzahra

Perkembangan teknologi *digital* telah mengubah pola pemasaran perusahaan dalam menjangkau konsumen. Persaingan industri makanan dan minuman yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran berbasis *digital*, salah satunya melalui *Influencer marketing* dan *digital marketing*. *Yoghurt youjell* PT Insan Muda Berdikari sebagai produsen *Yoghurt youjell* perlu memahami strategi pemasaran yang paling efektif untuk memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Influencer marketing* dan *digital marketing* terhadap keputusan pembelian *Yoghurt youjell* PT Insan Muda Berdikari. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Influencer marketing* dan *digital marketing* berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Di antara kedua variabel tersebut, *Influencer marketing* memberikan kontribusi yang lebih dominan dibandingkan *digital marketing*. Temuan ini menegaskan bahwa kehadiran *influencer* yang mampu membangun kedekatan emosional, kredibilitas, dan kepercayaan konsumen, disertai konten promosi yang menarik, interaktif, dan relevan, menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan pembelian, memperkuat daya saing, serta menjaga loyalitas konsumen terhadap produk *Yoghurt youjell* di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: *Influencer marketing*, *Digital marketing*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Pengaruh Influencer marketing dan Digital marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Yoghurt youjell

Deffa Medy Azzahra

The rapid development of digital technology has transformed corporate marketing strategies in reaching consumers. Increasing competition in the food and beverage industry encourages companies to optimize digital-based marketing strategies, including Influencer marketing and digital marketing. Yoghurt youjell PT Insan Muda Berdikari, as the producer of Youjell Yogurt, needs to understand the most effective marketing approach to influence consumer purchasing decisions. This study aims to determine and analyze the influence of Influencer marketing and digital marketing on purchasing decisions of Youjell Yogurt at PT Insan Muda Berdikari. The research method employed is quantitative with a descriptive and verificative approach. The findings indicate that both Influencer marketing and digital marketing significantly affect purchasing decisions, either partially or simultaneously. Among the two variables, Influencer marketing provides a more dominant contribution compared to digital marketing. These findings emphasize that the presence of influencers who can build emotional closeness, credibility, and consumer trust, supported by engaging, interactive, and relevant promotional content, is a key factor in driving purchasing decisions, strengthening competitiveness, and maintaining consumer loyalty toward Youjell Yogurt products in an increasingly competitive industry.

Keywords: Influencer marketing, Digital marketing, Purchasing Decision