

ABSTRAK

PENGARUH PEMASARAN DIGITAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Konsumen Kerupuk Seblak Queenrawit di Kota Metro)

Oleh:

Eivando Fanlikhin

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh digital marketing dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam era digital yang semakin maju, digital marketing telah menjadi salah satu alat penting dalam strategi pemasaran perusahaan. Kualitas produk juga menjadi faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini menggabungkan kedua variabel tersebut untuk mengetahui sejauh mana pengaruh mereka terhadap keputusan pembelian konsumen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen kerupuk seblak Queenrawit. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode regresi untuk menguji hubungan antara variabel digital marketing, kualitas produk, dan keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Ini menunjukkan bahwa upaya pemasaran digital yang efektif dapat meningkatkan kemungkinan konsumen untuk membeli produk. Selain itu, kualitas produk juga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung lebih memilih produk dengan kualitas yang baik. Selain itu, penelitian ini juga menemukan adanya pengaruh simultan antara digital marketing dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Kombinasi dari keduanya dapat meningkatkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan kata lain, perusahaan harus memperhatikan tidak hanya strategi pemasaran digital yang efektif, tetapi juga memastikan produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang memadai.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS (Case Study of Seblak Queenrawit Crackers Consumers in Metro City)

By:

Eivando Fanlikhin

This study aims to investigate the influence of digital marketing and product quality on consumer purchasing decisions. In an increasingly advanced digital era, digital marketing has become one of the important tools in a company's marketing strategy. Product quality is also a key factor influencing consumer purchasing decisions. Therefore, this study combines the two variables to find out the extent of their influence on consumer purchasing decisions. The research method used in this study is a survey by distributing questionnaires to respondents who are potential consumers. The collected data was analyzed using regression methods to test the relationship between digital marketing variables, product quality, and consumer purchasing decisions. The results showed that digital marketing has a significant positive influence on consumer purchasing decisions. This suggests that effective digital marketing efforts can increase consumers' likelihood of purchasing products. In addition, product quality also has a significant positive influence on consumer purchasing decisions. Consumers tend to prefer products with good quality. In addition, this study also found a simultaneous influence between digital marketing and product quality on consumer purchasing decisions. The combination of the two can increase the likelihood of consumers to make a purchase. In other words, companies must pay attention not only to effective digital marketing strategies, but also to ensure the products offered are of adequate quality.

Keywords: Digital Marketing, Product Quality, Purchasing Decisions.