

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Produk, Harga, Selera Konsumen, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk Rambak Kulit Sami Asri Sembung Tulungagung” ini ditulis oleh Safna Rofi’ah, NIM. 12405193168, pembimbing oleh Nadia Roosmalita Sari, S. Pd., M. Kom.

Keputusan pembelian menjadi prioritas utama pada penelitian ini karena tingkat persaingan yang semakin ketat diantara industri kerupuk rambak di Sembung Tulungagung. Hal utama agar perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar. Maka, *digital marketing*, kualitas produk, harga, selera konsumen, dan kualitas pelayanan harus diperbaiki dan ditingkatkan. Mengingat perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen agar konsumen tetap memutuskan untuk membeli produk tersebut dan tidak beralih.

Tujuan dari penelitian ini yaitu (1) Untuk menguji pengaruh *digital marketing*, kualitas produk, harga, selera konsumen, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung (2) Untuk menguji pengaruh *digital marketing* terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung (3) Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung (4) Untuk menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung (5) Untuk menguji pengaruh selera konsumen terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung (6) Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *accidental sampling*. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari 100 responden konsumen kerupuk rambak kulit Sami Asri Sembung Tulungagung yang telah melakukan pembelian minimal satu kali. Selanjutnya, data kuesioner dianalisis menggunakan regresi linear berganda.

Hasil pengujian pada uji F menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel *digital marketing*, kualitas produk, harga, selera konsumen dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian pada uji t menunjukkan bahwa (1) *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (3) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (4) selera konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (5) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Digital Marketing*, Harga, Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Selera Konsumen

ABSTRACT

Thesis with the title “The Influence of Digital Marketing, Product Quality, Price, Consumer Tastes, Quality of Service on the Decision of Purchase in Sami Asri Sembung Tulungagung Rambak Cracker Business” was written by Safna Rofi’ah, NIM. 12405193168, supervised by Nadia Roosmalita Sari, S. Pd., M. Kom.

The purchase decision became a top priority in this study due to increasingly competitive levels of the rambak crafts in Sembung Tulungagung. The main thing so that the company can survive, compete and master the market. So, digital marketing, product quality, price, consumer tastes, and quality of service should be repair and improved. Given the company should pay attention to things that are considered important by consumers so that consumers remain to decide to buy the product and not switch.

The purpose of this research is (1) to test the effect of digital marketing, quality of the product, price, customer's taste, and quality of service simultaneously on the decision of purchase in Sami Asri Sembung Tulungagung Rambak Cracker Business (2) to test the effect of digital marketing on the decision of purchase in Sami Asri Sembung Tulungagung Rambak Cracker Business (3) to test the effect of product quality on the decision of purchase in Sami Asri Sembung Tulungagung Rambak Cracker Business (4) to test the effect of consumer tastes on the decision of purchase in Sami Asri Sembung Tulungagung Rambak Cracker Business (5) to test the effect of quality of service on the decision of purchase in Sami Asri Sembung Tulungagung Rambak Cracker Business

The method used in this study is quantitative and type of associative research. The technique used in sampling in this study is accidental sampling. The number of samples used in this study consisted of 100 respondents Sami Asri Sembung Tulungagung Rambak Cracker Business who have made a minimum purchase. Furthermore, the questionnaire data were analyzed using multiple linear regression.

The results of tests in F test shows that simultaneously (together) variable digital marketing, product quality, price, customer tastes and quality of service positive and significant effect on decision of purchase. Then on the T test show that (1) digital marketing has a positive and significant effect on decision of purchase (2) product quality has a positive and significant effect on decision of purchase (3) price has a positive and significant effect on decision of purchase (4) consumer taste has a positive and significant effect on decision of purchase (5) quality of service has a positive and significant effect on decision of purchase.

Keyword: Digital Marketing, Price, Decision of Purchase, Quality of Service, Product Quality, Consumer Tastes