

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Digital Marketing*, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Jamur Krispy Gazebo Ngadiluwih Kediri)” ini ditulis oleh Ajeng Laila Puspita, 12405193109, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, UIN SATU Tulungagung, Pembimbing

UMKM Gazebo Jamur Crispy perlu merumuskan strategi pemasaran yang efektif untuk dapat bersaing dan bertahan di industri makanan yang sangat kompetitif sejenis. Perusahaan harus memanfaatkan platform digital untuk pemasaran, menawarkan produk dengan harga yang terjangkau, dan meningkatkan kualitas produk untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh parsial dari pemasaran digital, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, serta dampak gabungan keempat variabel tersebut terhadap keputusan pembelian.

Jenis data yang digunakan penelitian adalah kuantitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Populasi yang digunakan pada pada penelitian ini yaitu konsumen UMKM Gazebo Jamur Crispy. Metode analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital marketing*, harga, dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk Jamur Krispy Gazebo Ngadiluwih Kediri. Variabel digital marketing akan mempengaruhi konten di web atau sosial media yang menawarkan produk dan membuat konsumen tertarik untuk membeli. Harga yang sesuai dengan ekspektasi konsumen juga akan mempengaruhi keputusan pembelian, dan kualitas produk yang mumpuni dan sesuai dengan kebutuhan konsumen akan membuat produk diminati dan dibeli. Selain itu, ketiga variabel tersebut berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian, karena *digital marketing*, harga, dan kualitas produk akan saling mempengaruhi untuk menarik minat konsumen membeli produk.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Digital Marketing, Price, and Product Quality on Purchase Decisions (Case Study of Krispy Gazebo Mushroom Products in Ngadiluwih Kediri)" was written by Ajeng Laila Puspita, 12405193109, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Sharia Business Management, UIN SATU Tulungagung, Supervisor

UMKM Gazebo Mushroom Crispy needs to formulate an effective marketing strategy to compete and survive in the highly competitive food industry. The company must utilize digital platforms for marketing, offer products at affordable prices, and improve product quality to influence consumer purchasing decisions. This study aims to determine the partial influence of digital marketing, price, and product quality on purchase decisions, as well as the combined impact of these four variables on purchase decisions.

The type of data used in this study is quantitative and the research type used is associative. The data used in this study is primary data. The population used in this study is consumers of UMKM Gazebo Mushroom Crispy. The analysis methods used are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression test, hypothesis test, and coefficient of determination test.

The results of the study show that digital marketing, price, and product quality have a significant positive effect on the purchase decision of Krispy Gazebo Mushroom products in Ngadiluwih Kediri. The digital marketing variable will affect the content on the web or social media that offers products and makes consumers interested in buying. Prices that are in line with consumer expectations will also affect purchasing decisions, and quality products that are adequate and meet consumer needs will make products popular and purchased. In addition, these three variables together have an effect on purchase decisions because digital marketing, price, and product quality will influence each other to attract consumer interest in purchasing products.

Keywords: *Digital Marketing, Price, Product Quality, Purchase Decision.*