

**“Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan strategi promosi digital terhadap keputusan pembelian konsumen Kopi Excelso di Medan”**

Rian Ogelvi Butar Butar<sup>1</sup>

**Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi**

**Universitas Prima Indonesia**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, citra merek, dan strategi promosi digital terhadap keputusan pembelian konsumen Kopi Excelso di Medan. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada semakin ketatnya persaingan bisnis kopi dan kuliner di Indonesia, sehingga perusahaan dituntut untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen agar mampu mempertahankan daya saing di pasar.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi logistik biner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Kopi Excelso di Medan dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, serta analisis regresi logistik biner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, citra merek, dan strategi promosi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Nilai signifikansi masing-masing variabel berada di bawah 0,05. Hasil uji simultan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001, sehingga model regresi dinyatakan layak digunakan. Nilai Nagelkerke R Square sebesar 0,437 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, citra merek, dan strategi promosi digital mampu menjelaskan keputusan pembelian sebesar 43,7%, sedangkan sisanya sebesar 56,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian, Kopi Excelso disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk, memperkuat citra merek, dan mengoptimalkan strategi promosi digital guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Citra Merek, Strategi Promosi Digital, dan Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of product quality, brand image, and digital promotion strategy on consumer purchase decisions at Excelso Coffee in Medan. The background of this research is based on the increasingly intense competition in the coffee and culinary business in Indonesia, requiring companies to understand factors influencing consumer purchase decisions in order to maintain competitiveness in the market.*

*This research used a quantitative approach with binary logistic regression analysis. The population in this study consisted of all consumers of Excelso Coffee in Medan, with a sample of 100 respondents selected using purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity tests, reliability tests, and binary logistic regression analysis.*

*The results showed that product quality, brand image, and digital promotion strategy had a positive and significant effect on purchase decisions, both partially and simultaneously. The significance value of each variable was below 0.05. Simultaneous test results showed a significance value of 0.001, indicating that the regression model was feasible to use. The Nagelkerke R Square value of 0.437 indicated that product quality, brand image, and digital promotion strategy explained 43.7% of purchase decisions, while the remaining 56.3% was influenced by other variables outside this study.*

*Based on the research findings, Excelso Coffee is recommended to continuously improve product quality, strengthen brand image, and optimize digital promotion strategies to enhance consumer purchase decisions.*

**Keywords:** *Kualitas Produk, Citra Merek, Service Quality, Consumer Loyalty.*