

ABSTRAK

“Pengaruh Digital Marketing, Brand Awareness, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Huda Kopi” dilakukan karena industri kopi semakin kompetitif dan konsumen semakin sering menggunakan media digital untuk mencari informasi dan mengambil keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menjelaskan fenomena yang diamati. Ukuran sampel minimum, yang dihitung menggunakan rumus Lemeshow, adalah 120 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang telah divalidasi, dan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital marketing tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, namun menunjukkan hubungan yang positif. Sementara itu, kesadaran merek dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara keseluruhan, digital marketing, kesadaran merek, dan kualitas produk secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian dengan koefisien determinasi sebesar 60,4%. Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen di Huda Kopi lebih dipengaruhi oleh kesadaran merek dan kualitas produk daripada oleh digital marketing yang saat ini diterapkan.

Kata kunci: Digital Marketing, Brand Awareness, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

“The Influence of Digital Marketing, Brand Awareness, and Product Quality on Consumer Purchase Decisions at Huda Kopi,” was conducted because the coffee industry is becoming increasingly competitive and consumers are increasingly using digital media to seek information and make purchasing decisions. This study employs a quantitative method to explain the observed phenomena. The minimum sample size, calculated using the Lemeshow formula, is 120 respondents. Data were collected via a validated questionnaire, and data analysis utilized multiple linear regression. The results indicate that digital marketing does not have a significant influence on purchasing decisions but shows a positive relationship. Meanwhile, brand awareness and product quality have a positive and significant influence on purchasing decisions. Overall, digital marketing, brand awareness, and product quality significantly influence purchasing decisions with a coefficient of determination of 60.4%. It can be concluded that consumer purchasing decisions at Huda Kopi are more influenced by brand awareness and product quality than by the digital marketing currently being implemented.

Keywords: Digital Marketing, Brand Awareness, Product Quality, Purchasing Decisions