

**“Pengaruh Digitalisasi, Daya Tarik Iklan dan Variasi Produk Terhadap Keputusan
Pembelian Masyarakat Pada Produk UMKM di Kota Medan”**

Alfonco Frans Cristofer, Renata Gitara Pandia, Restika Rindorindo

Program studi Manajemen

Fakultas Ekonomi

Universitas Prima Indonesia

ABSTRAK

Perkembangan UMKM di kota Medan tercatat sebagai perkembangan yang cukup signifikan jika dibandingkan dengan daerah penyangga infrastruktur disekitarnya seperti Deli Serdang, Langkat, Binjai dan lain-lain. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Menurut Sugiyono (2018), Metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu. Penelitian ini menggunakan 100 sampel dari Kecamatan Medan Petisah, dengan metode cluster sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel digitalisasi, daya tarik iklan, dan variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil dari uji simultan f , Berdasarkan hasil uji menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 6.352 lebih besar > dari F_{tabel} 2.7 hal ini berindikasi bahwa hasil penelitian menerima H_4 . Maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh digitalisasi, daya tarik iklan, dan variasi produk secara simultan terhadap keputusan pembelian. Dan pada uji t Diketahui nilai Sig untuk mempengaruhi digitalisasi terhadap keputusan pembelian sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai T_{hitung} 3.044 > T_{tabel} 1.985. Maka dapat dinyatakan bahwa digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai Sig untuk mempengaruhi daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian sebesar $0,017 < 0,05$ dan nilai T_{hitung} 2.440 > T_{tabel} 1.985. Maka dapat dinyatakan bahwa daya tarik iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai Sig untuk mempengaruhi variasi produk terhadap keputusan pembelian sebesar $0,017 < 0,05$ dan nilai T_{hitung} 2.435 > T_{tabel} 1.985. Maka dapat dinyatakan bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Digitalisasi, Daya Tarik Iklan dan Variasi Produk, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The development of MSMEs in the city of Medan is recorded as a significant development when compared to the surrounding infrastructure support areas such as Deli Serdang, Langkat, Binjai and others. In this study using a quantitative method, according to Sugiyono (2018), the quantitative research method is research based on the philosophy of positivism, used to examine certain populations and samples. This study used 100 samples from Medan Petisah District, using the cluster sampling method. The results of this study indicate that the digitization variable, advertising attractiveness, and product variety have a positive and significant effect on purchasing decisions with the results of the simultaneous test f . Based on the test results, the F_{count} value of 6,352 is greater than F_{table} 2.7. accept H_4 . So it can be concluded that there is the effect of digitalization, advertising attractiveness, and product variations simultaneously on purchasing decisions. And on the t test, it is known that the Sig value for influencing digitization on purchasing decisions is $0.003 < 0.05$ and the T_{count} value is $3,044 > T_{table}$ 1,985. So it can be stated that digitization has a positive and significant effect on purchasing decisions. The Sig value for influencing the attractiveness of advertising on purchasing decisions is $0.017 < 0.05$ and the T_{count} value is $2,440 > T_{table}$ 1,985. So it can be stated that the attractiveness of advertising has a positive and significant effect on purchasing decisions. The Sig value for influencing product variations on purchasing decisions is $0.017 < 0.05$ and the T_{count} value is $2,435 > T_{table}$ 1,985. So it can be stated that product variation has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Digitalization, Advertising Attractiveness and Product Variation, and Purchase Decision