ABSTRAK

Pengaruh Promosi Digital Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Batik Panji Kabupaten Kediri

Salsabella Putri Wanda
Email : Salsabellaputriwanda@gmail.com
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing I : Dr. Yudiarto Perdana Putra SE, MM
Dosen Pembimbing II : Drs. Gandung Satriyono, ST, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi digital dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Batik Panji Kabupaten Kediri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen UMKM Batik Panji Kabupaten Kediri. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian produk UMKM Batik Panji. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Batik Panji Kabupaten Kediri. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, promosi digital dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik strategi promosi digital yang dilakukan serta semakin tinggi kualitas produk yang diberikan, maka keputusan pembelian konsumen terhadap produk UMKM Batik Panji akan semakin meningkat.

Kata Kunci : Promosi Digital, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Influence of Digital Promotion and Product Quality on Purchasing Decisions in Batik Panji SMEs in Kediri Regency

Salsabella Putri Wanda
Email : Salsabellaputriwanda@gmail.com
Management Study Program
Faculty of Economics and Business, Kadiri University

Dosen Pembimbing I : Drs. Yudiarto Perdana Putra SE, MM
Dosen Pembimbing II : Drs. Gandung Satriyono, ST, MM

This study aims to determine the influence of digital promotion and product quality on purchasing decisions at Batik Panji MSMEs in Kediri Regency. This study uses a quantitative approach with a causal research type. The population in this study is all consumers of Batik Panji MSMEs in Kediri Regency. The sampling technique uses purposive sampling with a sample size of 96 respondents. Data collection was carried out through the distribution of questionnaires to consumers who have ever purchased Batik Panji products. The data analysis techniques used include validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, t-test, f-test, and coefficient of determination with the assistance of IBM SPSS Statistics 23 software. The results of the study indicate that digital promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions at Batik Panji MSMEs in Kediri Regency. Product quality also has a positive and significant effect on purchasing decisions. Moreover, digital promotion and product quality simultaneously have a significant effect on consumers' purchasing decisions. These findings indicate that the better the digital promotion strategy implemented and the higher the quality of the products provided, the more consumers' purchasing decisions for Batik Panji products will increase.
Keywords: Digital Promotion, Product Quality, and Purchasing Decisions