

PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PRODUK, DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT SURYAPRANA NUTRISINDO BALI

ABSTRAK

Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis digital marketing, kualitas produk dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian pada PT Suryaprana Nutrisindo Bali. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk PT Suryaprana Nutrisindo Bali yang berjumlah 102 responden. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti dari anggota populasi yang secara kebetulan pada saat diadakan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara, dokumentasi dan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa digital marketing (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT Suryaprana Nutrisindo Bali. Kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT Suryaprana Nutrisindo Bali. Kesadaran merek (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian PT Suryaprana Nutrisindo Bali.

Kata Kunci: *keputusan pembelian, digital marketing, kualitas produk, dan kesadaran merek.*

UNMAS DENPASAR

ABSTRACT

Purchasing decision is a person's attitude to buy or use a product either in the form of goods or services that are believed to satisfy him and are willing to bear the risks that may arise. The purpose of this study was to identify and analyze digital marketing, product quality and brand awareness on purchasing decisions at PT Suryaprana Nutrisindo Bali. The population in this study were all consumers who bought PT Suryaprana Nutrisindo Bali's products, totaling 102 respondents. The sample technique used in this study is accidental sampling, which is sampling carried out by researchers from members of the population who happen to be at the time of the study. Data collection methods used in this study were interviews, documentation and distributing questionnaires. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that digital marketing (X_1) has a positive and significant effect on purchasing decisions of PT Suryaprana Nutrisindo Bali. Product quality (X_2) has a positive and significant effect on purchasing decisions of PT Suryaprana Nutrisindo Bali. Brand awareness (X_3) have a positive and significant effect on purchasing decisions of PT Suryaprana Nutrisindo Bali.

Keywords: *purchasing decisions, digital marketing, product quality, and brand awareness*

