

ABSTRAK

Fun Coffee & Eatery merupakan usaha *cafe* yang menjual berbagai minuman kopi dan non kopi, makanan hingga *dessert*. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat permasalahan pada *volume* penjualan yang disebabkan oleh *digital marketing* dari *Fun Coffee & Eatery*. Hal tersebut terjadi karena pemasaran melalui media *digital* dari *Fun Coffee & Eatery* belum maksimal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *digital marketing* terhadap *volume* penjualan pada *Fun Coffee & Eatery*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder . Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 60 orang dari konsumen *Fun Coffee & Eatery* dan pengolahan data menggunakan *software* SPSS.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian ini, terdapat pengaruh positif dari *digital marketing* terhadap *volume* penjualan pada *Fun Coffee & Eatery*. Hasil koefisien determinasi yang didapat dari *digital marketing* terhadap *volume* penjualan yaitu sebesar 39,4% dan sisanya 60,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini seperti *brand image*, kualitas produk, dan *service quality*.

Saran yang dapat peneliti berikan yaitu *Fun Coffee & Eatery* sebaiknya memaksimalkan pemasarannya, terutama melalui media *digital* dengan memperbaiki iklan/konten menjadi lebih menarik, memahami perilaku konsumen, menggunakan aplikasi lain untuk promosi selain Instagram, selalu memberikan *update* pada sosial media agar dapat menarik konsumen sehingga *volume* penjualan dapat meningkat.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Volume Penjualan*

ABSTRACT

Fun Coffee & Eatery is a cafe business that sells various coffee and non-coffee drinks, food and desserts. Based on the research results, there are problems with sales volume caused by digital marketing from Fun Coffee & Eatery. This happened because marketing through digital media from Fun Coffee & Eatery was not maximized.

This study aims to determine how much influence digital marketing has on sales volume at Fun Coffee & Eatery. The method used in this research is a quantitative method with a descriptive research type. The types of data used in this research are primary data and secondary data. The number of respondents in this study were 60 consumers of Fun Coffee & Eatery and data processing using SPSS software.

Based on the data obtained from the results of this study, there is a positive influence from digital marketing on sales volume at Fun Coffee & Eatery. The results of the coefficient of determination obtained from digital marketing on sales volume are 39.4% and the remaining 60.6% is influenced by other variables outside of this study such as brand image, product quality, and service quality.

Suggestions that researchers can give are that Fun Coffee & Eatery should maximize their marketing, especially through digital media by improving advertisements/content to be more attractive, understanding consumer behavior, using other applications for promotion besides Instagram, always providing updates on social media so that they can attract consumers so that sales volume can be increased.

Keywords : Digital Marketing, Sales Volume

ABSTRAK

Fun Coffee & Eatery mangrupikeun bisnis kafe anu ngajual rupa-rupa kopi sareng inuman non-kopi, tuangeun sareng manisan. Dumasar kana hasil panalungtikan, aya masalah sareng *volume* penjualan anu disababkeun ku pamasaran *digital* ti *Fun Coffee & Eatery*. Ieu lumangsung alatan pamasaran ngaliwatan média *digital* ti *Fun Coffee & Eatery* teu maksimal.

Panaliti ieu tujuanana pikeun nangtukeun sabaraha pangaruh pamasaran *digital* dina *volume* penjualan di *Fun Coffee & Eatery*. Méthode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta méthode kuantitatif jeung tipe panalungtikan déskriptif. Jenis data anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta data primer jeung data sékundér. Jumlah réspóndén dina ieu panalungtikan nya éta 60 konsumen *Fun Coffee & Eatery* jeung ngolah data ngagunakeun software SPSS.

Dumasar kana data anu dimeunangkeun tina hasil panalungtikan, aya pangaruh positif tina pamasaran *digital* kana *volume* penjualan di *Fun Coffee & Eatery*. Hasil tina koefisien determinasi anu dimeunangkeun tina pamasaran *digital* dina *volume* penjualan nyaéta 39,4% jeung sésana 60,6% dipangaruhan ku variabel séjén di luar ieu panalungtikan saperti *brand image*, kualitas produk, jeung kualitas layanan.

Saran anu bisa ditepikeun ku panalungtik nyaéta *Fun Coffee & Eatery* kudu ngamaksimalkeun pamasaranna, utamana ngaliwatan média *digital* ku cara ngaronjatkeun iklan/konten sangkan leuwih pikaresepeun, paham kana paripolah konsumen, ngagunakeun aplikasi séjén pikeun promosi salian ti Instagram, salawasna méré *update* dina média sosial. aranjeunna tiasa narik konsumen supados *volume* penjualan tiasa ningkat.

Kecap Konci : Pamasaran *Digital*, *Volume* Penjualan