

ABSTRAK

Keputusan pembelian ialah konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu. Persaingan yang ketat mendorong para pengusaha untuk mengatur strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing. Salah satu bentuk usaha yang berkembang sangat pesat belakangan ini ialah *Coffee Shop*. Kota Bogor juga tidak luput dari perkembangan ini. 0251 | Societeit adalah salah satu *coffee shop* yang ada di Kota Bogor. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Oleh karenanya, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemasaran digital, harga, serta kualitas produk terhadap keputusan pembelian di 0251 | Societeit. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode pengumpulan data berupa observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan konsumen mengenai Pemasaran Digital berada dalam kondisi kurang menarik terutama dalam kesesuaian produk terhadap keinginan konsumen, kesesuaian produk dengan iklan, ketersediaan fitur-fitur pembelian online dan kecepatan dalam merespon konsumen. Sementara tanggapan konsumen mengenai harga berada dalam kondisi kurang terjangkau, terutama apabila dibandingkan dengan harga dan diskon pesaingnya. Tanggapan konsumen mengenai kualitas produk berada dalam kondisi kurang berkualitas terutama dalam hal variasi menu yang ditawarkan, daya tahan produk dan keunggulan produk. Selain itu, tanggapan konsumen terhadap Keputusan Pembelian berada dalam kondisi kurang baik terutama dalam hal keragaman produk, kepopuleran merk dan promosi. Besarnya pengaruh Pemasaran Digital, harga dan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian secara simultan adalah 63%. Secara parsial besarnya pengaruh Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian sebesar 35,5%, pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian sebesar 6,4% dan Kualitas Produk memberikan pengaruh sebesar 21,2%.

Kata Kunci: *Harga, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Pemasaran Digital*

ABSTRACT

Purchasing decision is a concept in purchasing behavior where consumers decide to act or do something. Intense competition drives entrepreneurs to develop marketing strategies to increase competitiveness. One of the rapidly growing businesses lately is the Coffee Shop. The city of Bogor is also not immune to this development. 0251 | Societeit is one of the coffee shops in Bogor. There are various factors that influence purchasing decisions. Therefore, the purpose of this study is to determine the influence of digital marketing, price, and product quality on purchasing decisions at 0251 | Societeit. This study is a descriptive study with data collection methods such as observation, questionnaires, and documentation. Data analysis was conducted using multiple linear regression analysis. The results showed that consumer responses to Digital Marketing were in less attractive conditions, especially in terms of product suitability for consumer desires, product suitability with advertisements, availability of online purchasing features, and speed in responding to consumers. Meanwhile, consumer responses to the price were in less affordable conditions, especially compared to competitor prices and discounts. Consumer responses to product quality were in less quality conditions, especially in terms of the variety of menu offerings, product durability, and product superiority. In addition, consumer responses to Purchasing Decisions were in less good conditions, especially in terms of product diversity, brand popularity, and promotions. The simultaneous influence of Digital Marketing, price, and product quality on Purchasing Decisions is 63%. Partially, the influence of Digital Marketing on Purchasing Decisions is 35.5%, the influence of price on Purchasing Decisions is 6.4%, and Product Quality gives an influence of 21.2%.

Keywords: Price, Purchasing Decisions, Product Quality, Digital Marketing.