

## ABSTRAK

### **Rini Adiningtyas/E2A020095/2023/Pengaruh *Quality Product, Brand Image, dan Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Holland Bakery Kedungmundu Semarang**

Skripsi ini berjudul Pengaruh *Quality Product, Brand Image* dan *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Holland Bakery Kedungmundu Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui pengaruh dari *Quality Product, Brand Image, dan Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Holland Bakery Kedungmundu.

Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh Masyarakat yang berdomisili di Kedungmundu Semarang. Sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus slovin sehingga memperoleh sampel sebanyak 100 orang. Sedangkan untuk Teknik sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu Teknik *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data itu menggunakan skala likert dengan menyebar kuesioner serta membagikannya melalui google form. Untuk metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Teknis analisis ini merupakan jenis analisis deskriptif kuantitatif serta metode regresi linier berganda yang menggunakan SPSS Versi 21.

Hasil analisis penelitian yang telah diperoleh menunjukkan bahwa : (1) *Quality Product* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Holland Bakery. Hal ini telah dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  sebesar 2,238 serta nilai signifikansi sebesar  $0,028 < 0,05$ . (2) *Brand Image* berpengaruh secara positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian pada Holland Bakery. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  3,602 , dan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . (3) *Digital Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Holland Bakery. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  4,100 dan untuk nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ . (4) *Quality Product, Brand Image, dan Digital Marketing* secara simultan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Holland Bakery. Hal ini dapat dibuktikan dengan  $F_{hitung}$  sebesar 78,229 dan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0,05$ . Berdasarkan hasil dari presentase dengan uji koefisien determinasi pada penelitian ini sebesar 71,0 persen yang telah menandakan bahwa seluruh variabel independen yang ada dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

**Kata Kunci** : *Quality Product, Brand Image, Digital Marketing* dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

***Rini Adiningtyas/E2A020095/2023/The Influence of Product Quality, Brand Image, and Digital Marketing on Purchasing Decisions for Holland Bakery Kedungmundu Semarang***

*This thesis is entitled Influence Quality Product, Brand Image and Digital Marketing Against the purchase decision at Holland Bakery Kedungmundu Semarang. This study aims to be able to determine the influence of Quality Product, Brand Image and Digital Marketing Against the purchase decision at Holland Bakery Kedungmundu.*

*The population in this study is all people who live in Kedungmundu Semarang. The sample used in this study used the slovin formula so as to obtain a sample of 100 people. As for the sample technique used in this study, namely Technique Non Probability Sampling by type purposive sampling. As for the data collection technique, it uses the Likert scale by distributing questionnaires and distributing them through google forms. For the data analysis method in this study is quantitative analysis. This technical analysis is a type of qualitative descriptive analysis and multiple linear regression method using SPSS Version 21.*

*The results of the research analysis that have been obtained show that: (1) Quality Product positive and significant influence on purchasing decisions At Holland Bakery. This has been proven by a calculation of 2.238 and a signification value of  $0.028 < 0.05$ . (2) Brand Image positively and significantly influence the purchase decision of Holland Bakery. This is evidenced by a tcount of 3.602, and a signification value of  $0.001 < 0.05$ . (3) Digital Marketing a positive and significant influence on purchasing decisions at Holland Bakery. This is evidenced by a tcount of 4.100 and for a signification value of  $0.00 < 0.05$ . (4) Quality Product, Brand Image and Digital Marketing simultaneously has a positive and significant influence on purchasing decisions at Holland Bakery. This can be proven by a Fcalculate of 78.229 and a signification value of  $0.00 < 0.05$ . Based on the results of the percentage test with the coefficient of determination in this study of 71.0 percent which has indicated that all existing independent variables can influence purchasing decisions.*

***Keywords : Quality Product, Brand Image, Digital Marketing and Decision Purchase***