

ABSTRAK

Judul Penelitian: Pengaruh Digital Marketing, Diversifikasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen UMKM Ayrha Craft Di Bedali Ngancar

Dosen Pembimbing : Dr. Miftahul Munir, S.E., M.M
: Diana Ambarwati, S.Pd., M.M

Nama Mahasiswa : Riani Halimah

NPM : 20.13021.0112

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Digital Marketing, Diversifikasi Produk, dan Citra Merek memiliki terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen UMKM Ayrha Craft di Bedali Ngancar. UMKM memegang peran penting dalam perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk adaptasi terhadap pasar digital, pengembangan produk, dan penguatan citra merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* (secara acak), dan sampel sebanyak 90 responden merupakan konsumen Ayrha Craft selama periode Januari hingga Desember 2023. Data diperoleh melalui observasi, kuesioner, dan wawancara.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan menggunakan program SPSS Statistics 27 dengan teknik analisis yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi (R^2), hasil penelitian menunjukkan bahwa Digital Marketing, Diversifikasi Produk, dan Citra Merek memiliki pengaruh simultan terhadap Keputusan Pembelian konsumen UMKM Ayrha Craft di Bedali

Ngancar dengan nilai signifikan uji F adalah $<0,001 < 0,05$, dan nilai F hitung adalah $10,251 > F \text{ tabel } 2,71$. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,238 atau setara dengan 23,8% yang berarti menunjukkan nilai *Adjusted R Square* yang relatif rendah menunjukkan bahwa ada banyak faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian selain yang diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Digital Marketing, Diversifikasi Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian, UMKM, Ayrha Craft.