**Judul Penelitian : Pengaruh *Digital Marketing*, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM di Kampung Lele Kediri**

Dosen Pembimbing : Rafikhein Novia A,S.E.,MM

Beny Mahyudi Saputra, S.E.,MM

Nama Mahasiswa : Bagas Artur Ferdiansa

NPM : 20130210238

# ABSTRAKSI

Dunia bisnis sangat perkembang pesat seiring dengan perkembangan zaman dan tren yang terjadi di era saat ini. Berbagai bentuk bisnis yang ada dapat kita jumpai dalam kehidupan sehari – hari. Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan badan usaha yang diciptakan oleh perorangan yang biasanya usaha tersebut diciptakan guna untuk memperoleh penghasilan lebih dari para pelaku usaha. Usaha niaga Indonesia, khususnya kecil dan menengah memiliki beragam varian yang luas, salah satunya yaitu budidaya ikan lele. Dalam menghadapi sebuah persaingan bisnis, di mana melihat pelaku usaha budidaya lele ini cukup banyak maka ada beberapa strategi yang harus diterapkan dalam mejalankan usaha ini. Para pelaku usaha ini harus berusaha menarik minat beli konsumen untuk memutuskan membeli produknya. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi dalam proses bisnis ini yang nantinya akan membawa ketujuan yaitu menarik minat beli konsumen hingga memutuskan untuk membeli produk tersebut. Faktor *digital marketing*, promosi dan kualitas produk yang nantinya akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk tertentu.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh *Digital Marketing,* Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM di Kampung Lele Kediri. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai sebanyak 900 orang dan sampel yang digunakan 90 responden karena menggunakan *nonprobability sampling*.

Hasil penelitian Pada UMKM di Kampung Lele Kediri menunjukkan bahwa variabel *Digital Marketing* (X1), Promosi (X2), dan Kualitas Produk (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Hal ini dapat dibuktikan dari nilai sig 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung (131,136) > nilai F tabel (2,711).

**Kata Kunci : *Digital Marketing*, Promosi, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian**