

Abstrak

Pengembangan Usaha Mikro dan Kecil Menengah ditujukan sebagai salah satu pilar ekonomi kerakyatan yang dapat menjadi penggerak utama perekonomian daerah. Kegiatan perekonomian daerah seperti di Kabupaten Lumajang, selama ini sebagian besar ditunjang oleh kegiatan yang bersumber dari usaha mikro, kecil dan menengah. Hal itu terbukti dalam kenyataan yang kita lihat sekarang bahwa di sudut Kabupaten Lumajang saat ini telah terdapat banyak usaha-usaha kecil yang berbasis rumah tangga. Salah satunya adalah Arofa Bakery di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh merek, *Digital Marketing* dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian pada Arofa Bakery di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel *non probability sampling* yaitu *puposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 63 responden. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Arofa Bakery Di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang pada bulan Januari hingga Mei tahun 2022. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Arofah Bakery di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang. Variabel *Digital Marketing* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Arofah Bakery di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang sedangkan variabel Inovasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Arofah Bakery di Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang.

Kata kunci : Merek, *Digital Marketing*, Inovasi produk, Keputusan-Pembelian

Abstract

The development of Micro and Small and Medium Enterprises is intended as one of the pillars of the people's economy that can become the main driver of the regional economy. Regional economic activities, such as in Lumajang Regency, have been largely supported by activities originating from micro, small and medium enterprises. This is evident in the fact that we see now that in the corner of Lumajang Regency there are currently many small household-based businesses. One of them is Arofa Bakery in Kunir District, Lumajang Regency. This study aims to determine the effect of brand, Digital Marketing and product innovation on purchasing decisions at Arofa Bakery in Kunir District, Lumajang Regency. This study uses quantitative research methods with multiple linear regression analysis techniques. The sampling technique of non-probability sampling is purposive sampling with a total sample of 63 respondents. This research was conducted by distributing questionnaires to consumers of Arofa Bakery in Kunir District, Lumajang Regency from January to May 2022. The results of this study indicate that the brand variable has a significant influence on purchasing decisions at Arofa Bakery in Kunir District, Lumajang Regency. Digital Marketing variables do not have a significant effect on purchasing decisions at Arofa Bakery in Kunir District, Lumajang Regency, while product innovation variables have a significant influence on purchasing decisions at Arofa Bakery in Kunir District, Lumajang Regency.

Keywords: Merk, Digital Marketing, Product Inovation, Buying Decision