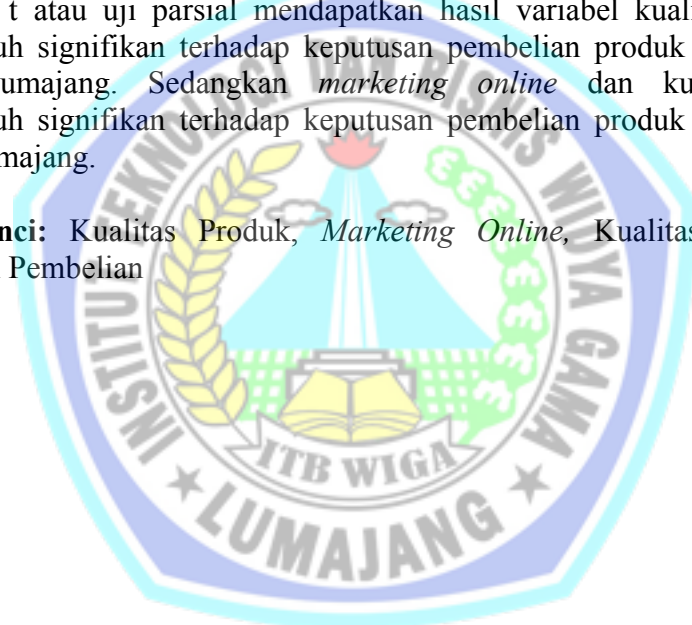


ABSTRAK

Toko roti Agustin Bakery Lumajang merupakan sebuah toko roti yang menyediakan berbagai produk roti kue tart yang sangat menarik, dimana toko roti ini berdiri pada tahun 2018 yang dikelola oleh ibu Kartini dan sampai sekarang berkembang sangat pesat. Penelitian ini memiliki tujuan dalam mengetahui seberapa besar kualitas produk, *marketing online*, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian toko roti agustin bakery lumajang. Penelitian ini memanfaatkan metode kuantitatif dengan jenis data primer dan sekunder yang bersumber dari data internal dan eksternal. Populasi penelitian adalah konsumen yang telah melakukan pembelian produk toko roti agustin bakery pada bulan desember, januari, dan february sebanyak 137 konsumen. Sampel diambil menggunakan teknik Slovin diperoleh sebanyak sejumlah 60 responden dan *Purposive Sampling* sebagai teknik yang digunakan. Setelah dilakukan pengujian secara uji t atau uji parsial mendapatkan hasil variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk toko roti agustin bakery Lumajang. Sedangkan *marketing online* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk toko roti agustin bakery Lumajang.

Kata Kunci: Kualitas Produk, *Marketing Online*, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The Augustin Bakery Lumajang was established in 2018 by Ibu Kartini and is a bakery that offers a variety of pastries and sweet pastries. Since moving, this toko has experienced a slight deterioration. This study aims to evaluate the impact of product quality, online sales, and service quality on customer satisfaction at Augustin Bakery Lumajang's bakery. The statistical method used is a quantitative approach using first and second order data derived from both internal and external data sources. The sample population for the study is made up of 137 consumers who purchased goods from Augustin Bakery throughout the months of December, January, and February. About sixty respondents were sampled using the Slovin and Purposive Sampling techniques. The results of the experiment using uji t and uji parsial indicate that the product's quality has no fluctuations.significant in relation to the purchase decisions made at Augustin Bakery Lumajang's bakery. However, online marketing and significant improvements in product quality have a negative impact on the sales of the product at that store.

Keywords: *Product Quality, Online Marketing, Service Quality and Purchasing Decisions*

