

ABSTRAK

CV. Rizky Berlian Abadi merupakan salah satu penyedia pasir yang tergolong baru di Kabupaten Lumajang, *stockpile* ini berdiri sejak pertengahan tahun 2018 yang berawal dari penjualan pasir skala kecil hingga memiliki usaha *stockpile* atau tempat bongkar muat pasir. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami sebesar apa pengaruh *digital marketing*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pasir pada *stockpile* CV. Rizky Berlian Abadi, Desa Condro, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang. Metode penelitian yang dipakai yaitu kuantitatif, serta sampel yang ditentukan menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan prosedur *Insidental sampling*. Metode penghitungan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini yakni metode slovin, yang menghasilkan sebanyak 79 responden. Pengujian normalitas dilakukan dengan metode grafik. Adapun alat analisis yang digunakan meliputi analisis kuantitatif (meliputi pengujian validitas dan reliabilitas), analisis regresi linier berganda, pengujian asumsi klasik (meliputi pengujian normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), uji t dan koefisien determinasi. Hasil dari penelitian yakni secara uji t parsial variabel *digital marketing*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara secara uji f simultan variabel *digital marketing*, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara berserentak juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pasir pada *stockpile* CV. Rizky Berlian Abadi, Desa Condro, Kecamatan Pasirian, Kabupaten Lumajang.

Kata Kunci : *Digital Marketing*; Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

CV. Rizky Berlian Abadi is a relatively new supplier of sand located in Lumajang Regency. Established in the mid-2018, the warehouse initially operated on a small scale, focusing solely on the sale of sand, before evolving into a transshipment point for sand distribution. The objective of this study is to examine the impact of digital marketing, product quality, and service quality on purchasing decisions for sand at the CV. Rizky Berlian Abadi warehouse in Condro, Pasirian, Lumajang. The research employs a quantitative methodology, utilizing non-probability sampling through random sampling techniques. The sample size was determined using Slovin's formula, resulting in 79 respondents. Normality testing was conducted using graphical methods. The analytical tools applied in this study include quantitative analysis (encompassing validity and reliability tests), multiple linear regression analysis, classical assumption tests (including normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests), t-tests, and the coefficient of determination. The findings indicate that the variables of digital marketing, product quality, and service quality significantly influence purchasing decisions, as evidenced by the partial t-test results. Furthermore, the simultaneous F-test confirms that these variables collectively exert a significant effect on the purchasing decisions for sand from the inventory of CV. Rizky Berlian Abadi, located in Condro Village, Pasirian District, Lumajang Regency.

Keywords : Digital Marketing; Product Quality; and Service Quality

