

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *digital marketing*, ulasan pelanggan secara daring (*online customer review*), dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen pada produk *jersey* dari Pamore *Digital Printing* di Lumajang. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena meningkatnya penggunaan *jersey* sebagai bagian dari identitas diri, *fashion*, hingga kebutuhan komunitas di era *modern*, serta tingginya persaingan dalam industri *digital printing*. Strategi pemasaran yang efektif menjadi sangat penting, terutama dalam memanfaatkan kanal *digital*, memperhatikan opini konsumen, serta menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kepada 80 responden dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu *digital marketing*, *online customer review*, dan persepsi harga, berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini memberikan implikasi bahwa pelaku usaha harus memaksimalkan pemanfaatan strategi *digital*, mendorong testimoni positif dari pelanggan, serta mengelola harga secara strategis agar tetap bersaing di pasar. Dengan mengintegrasikan ketiga aspek tersebut secara optimal, perusahaan dapat meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat loyalitas konsumen di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif.

**Kata kunci:** *Digital Marketing*, *Online Customer Review*, Persepsi Harga, Minat Beli

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of digital marketing, online customer reviews, and price perception on consumer purchase intention for jersey products offered by Pamore Digital Printing in Lumajang. The background of this research is based on the growing trend of using jerseys not only as sportswear but also as a form of identity, fashion, and community needs in the modern era, alongside the rising competition in the digital printing industry. Effective marketing strategies have become crucial, especially in leveraging digital platforms, considering consumer opinions, and setting competitive prices that reflect product quality. This research employed a quantitative approach using a survey method involving 80 respondents, with data analyzed through multiple linear regression analysis. The results indicate that the three independent variables digital marketing, online customer reviews, and price perception have a significant influence on purchase intention, both partially and simultaneously. These findings imply that business actors must optimize digital strategies, encourage positive customer testimonials, and manage pricing carefully to remain competitive in the market. By integrating these three elements effectively, companies can enhance product appeal and strengthen customer loyalty amid increasing competition in the industry.*

*Keywords: Digital Marketing, Online Customer Review, Price Perception, Purchase Intention*

