

ABSTRAK

PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DEWAJI *COFFEE*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital marketing dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan di Dewaji *Coffee*. *Digital marketing* mencakup dimensi aksesibilitas, interaktivitas, hiburan, kepercayaan, kejengkelan, dan informatif, sedangkan kualitas pelayanan dianalisis melalui dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Penelitian menggunakan kualitatif dengan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden. Teknis analisis yang digunakan regresi berganda dan *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk pengkategorian dengan menggunakan diagram matrix IPA. Analisis data regresi berganda yang digunakan meliputi analisis deskriptif, verifikatif, uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi berganda, koefisiensi korelasi dan determinasi, serta uji hipotesis uji F dan uji t. Dari hasil perhitungan regresi berganda menunjukkan bahwa *digital marketing* dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sedangkan *digital marketing* dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Untuk hasil perhitungan *Importance Performance Analysis (IPA)* pada diagram matrix IPA dari 10 indikator, terdapat 3 indikator yang memerlukan perbaikan dan peningkatan yaitu indikator nomor 1,8,10. Perlunya perbaikan di indikator ini karena dirasa masih terdapat kekurangan terutama tingkat kecermatan, kepedulian, dan kebersihan.

Kata kunci : *Digital marketing*, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian