ABSTRAK

Putri Erika Amelia, 2026. *Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing. Dr. H. Nispan Rahmi, M. Ag.

Kata Kunci : Digital Marketing, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

Fenomena budaya minum kopi telah bertransformasi menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup masyarakat global. Konsumsi kopi tidak lagi sebatas pemenuhan kebutuhan fungsional untuk mengatasi ngantuk, tetapi telah berevolusi menjadi simbol status sosial, sarana interaksi, atau sekedar melepas penat. Kopi berhasil menyentuh semua lapisan usia. Anak muda maupun orang dewasa sama-sama menikmatinya. Aromanya yang harum, rasa yang khas, dan efek segar dari kafein menjadi daya tarik utama. Bahkan, kopi kini bukan sekadar minuman. Ia sudah menjadi simbol budaya dan kebiasaan sosial yang makin mengakar di masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis : (1) Digital Marketing berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin, (2) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin, (3) Digital Marketing dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yakni pendekatan kuantitatif, dengan populasi yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti yaitu masyarakat Kota Banjarmasin yang mengonsumsi atau pernah membeli Tomoro Coffee. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 96 orang yang ditentukan dengan teknik purposive sampling, pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur menggunakan skala likert. Pengolahan data menggunakan program komputer SPSS versi 27.0.

Hasil penelitian membuktikan bahwa secara simultan (1) Digital Marketing dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin. Secara parsial (2) Digital Marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin, Sedangkan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tomoro Coffee di Kota Banjarmasin. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif.

ABSTRACT

Putri Erika Amelia, 2026. *The Influence of Digital Marketing and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions at Tomoro Coffee in Banjarmasin City. Undergraduate Thesis, Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business. Supervisor: Dr. H. Nispan Rahmi, M.Ag.*

***Keywords*:** *Digital Marketing, Product Quality, Purchase Decision*

The culture of coffee consumption has transformed into an inseparable part of the global lifestyle. Drinking coffee is no longer merely a functional activity to combat drowsiness; it has evolved into a symbol of social status, a medium for social interaction, and a way to relax and unwind. Coffee appeals to people of all age groups, from young adults to older generations. Its rich aroma, distinctive flavor, and the stimulating effects of caffeine are among its main attractions. Today, coffee is more than just a beverage. it has become a cultural symbol and a deeply rooted social habit in communities around the world.

This study aims to examine and analyze: (1) the effect of Digital Marketing on consumer purchase decisions of Tomoro Coffee in Banjarmasin, (2) the effect of Product Quality on consumer purchase decisions of Tomoro Coffee in Banjarmasin, and (3) the simultaneous effect of Digital Marketing and Product Quality on consumer purchase decisions of Tomoro Coffee in Banjarmasin.

This study employs a quantitative approach, focusing on a population of unknown exact size: residents of Banjarmasin City who have consumed or purchased Tomoro Coffee. A sample of 96 individuals was selected using purposive sampling, and data were collected via questionnaires utilizing a Likert scale. Data processing was conducted using SPSS software version 27.0.

The findings of this study prove that Simultaneously : (1) Digital Marketing and Product Quality have a positive and significant effect on consumer purchase decisions of Tomoro Coffee in Banjarmasin. That partially: (2) Digital Marketing has a positive and significant effect on consumer purchase decisions of Tomoro Coffee in Banjarmasin, and Product Quality has a positive and significant effect on consumer purchase decisions of Tomoro Coffee in Banjarmasin. This study is expected to serve as a reference for companies in developing more effective marketing strategies.