

THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING, SERVICE QUALITY, AND PRICE ON PURCHASING DECISIONS AT PT ALAM BAJA NUSANTARA

By Zahran Dzulkifli

Abstract

This study aims to analyze the influence of digital marketing, service quality, and price on purchasing decisions at PT Alam Baja Nusantara. The research employs a quantitative method with a causal approach. Data were collected through questionnaires distributed to 85 respondents who are customers of PT Alam Baja Nusantara, with sample size determined using the Slovin formula. Data analysis was conducted using multiple linear regression with SPSS 25 software, including validity and reliability testing, classical assumption tests, coefficient of determination (R^2), and hypothesis testing using t-statistics. The results indicate that service quality and price have a effect influence on purchasing decisions, while digital marketing does not have effect on purchasing decisions. These findings suggest that PT Alam Baja Nusantara should prioritize improving service quality and maintaining competitive pricing strategies to enhance consumer purchasing decisions.

Keywords: *Service Quality, Price, Purchasing Decision*

PENGARUH DIGITAL MARKETING, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PT ALAM BAJA NUSANTARA

Oleh Zahran Dzulkifli

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital marketing, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian di PT Alam Baja Nusantara. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 85 responden yang merupakan pelanggan PT Alam Baja Nusantara, dengan ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan perangkat lunak SPSS 25, meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, koefisien determinasi (R^2), dan pengujian hipotesis menggunakan t-statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan digital marketing tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menyarankan bahwa PT Alam Baja Nusantara perlu memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan dan mempertahankan strategi harga yang kompetitif untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian*