

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN Studi Pada Konsumen Vape di toko Dr.Vapor Yogyakarta

Kevin Budi Wijaya
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2025

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh harga terhadap minat beli konsumen 2) pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen 3) pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli vape di toko Dr.Vapor Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengambilan data dengan cara menyebarkan kuisioner secara online dari penyebaran kuisioner tersebut didapatkan responden sejumlah 100. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda dengan aplikasi SPSS ver. 27 for windows dan juga Microsoft Excel 2010. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen 2) Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen 3) *Digital marketing* secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci: harga, kualitas produk, *digital marketing*, minat beli konsumen.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND DIGITAL
MARKETING ON CONSUMER PURCHASE INTEREST
Study on Vape Consumers at the Dr.Vapor Yogyakarta store**

Kevin Budi Wijaya
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2025

This study aims to determine: 1) the influence of price on consumer purchase interest 2) the influence of product quality on consumer purchase interest 3) the influence of digital marketing on consumer purchase interest. The population in this study consists of consumers who purchase vape products at Dr.Vapor store in Yogyakarta. The sampling technique used in this study is purposive sampling. The data collection technique involved distributing an online questionnaire, from which 100 respondents were obtained. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression with the SPSS ver. 27 for Windows application and Microsoft Excel 2010. The results of this study indicate that: 1) Price partially did not influence consumer purchasing interest 2) Product quality partially influenced consumer purchasing interest 3) Digital marketing partially influenced consumer purchasing interest.

Keywords: price, product quality, digital marketing, consumer purchase interest.