

**PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, INOVASI PRODUK, DAN
ULASAN PELANGGAN *ONLINE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BRAND GEOFF MAX
(Survei Pada Mahasiswa di Kabupaten Sleman)**

ERFAN ARDYAN NUGROHO

NIM. 141200133

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

erfanardyannugroho@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pemasaran digital, inovasi produk, dan ulasan pelanggan *online* terhadap keputusan pembelian pada *brand* Geoff Max. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di Kabupaten Sleman yang pernah melakukan pembelian produk dari Geoffmax. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis Regresi Linear Berganda melalui *software* SPSS 24. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Pemasaran Digital, Inovasi Produk, Ulasan Pelanggan *Online* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada brand Geoff Max. 2) Pemasaran Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada brand Geoff Max. 3) Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada brand Geoff Max. 4) Ulasan Pelanggan *Online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada brand Geoff Max.

Kata Kunci : Pemasaran Digital, Inovasi Produk, Ulasan Pelanggan *Online* Keputusan Pembelian