

## ABSTRAK

GALIH PRASTYA. Analisis *Digital Marketing* Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfadigital Di Era Pandemi.dibawah bimbingan SUTIA BUDI.

Tujuan dari penelitian ini Untuk menganalisa pengaruh dan seberapa besar pengaruh *digital marketing* dan *social media marketing* terhadap keputusan pembelian pada Alfadigital di era pandemi. Objek dari penelitian ini yaitu Alfadigital, Populasi untuk penelitian ini 200 orang, Metode pengambilan sample menggunakan metode non probability sampling dengan teknik pengambilan sampel yang ditargetkan (Purposive Sampling), Responden berjumlah 67 orang, Jika dilihat dari hasil uji simultan dengan Ftabel sebesar 3,140 diperoleh nilai Fhitung sebesar 56,309 dan nilai Prob (F-Statistic) sebesar 0,402. Karena nilai Fhitung > Ftabel ( $56,309 > 3,140$ ) dan nilai signifikansi < tingkat signifikan ( $0,000 < 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa digital marketing dan social media marketing secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan untuk hasil uji T perhitungan analisis regresi linear berganda digital marketing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan arah hubungan yang positif, Serta untuk variabel social media marketing, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan arah hubungan positif.

Kata kunci : *Digital Marketing*, *Social Media Marketing*, Keputusan Pembelian