

ABSTRAK

Haura Najah Nadiya, NIM. 3402200309. “Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Perusahaan Saung Galendo 2 Ciamis).” Di bawah bimbingan Ibu Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak H.Roni Marsiana Suhendi, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Saung Galendo 2 Ciamis). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini : 1). Digital marketing belum memenuhi harapan perusahaan yaitu dalam penurunan dan kenaikan jumlah pelanggan. 2). Digital marketing belum dilakukan secara efektif, karena konsumen yang melakukan keputusan pembelian lebih banyak secara offline. 3). Brand Awareness belum berjalan dengan optimal sehingga produk belum menjadi top of mind pada pelanggan. 4). Masih terdapat banyak konsumen belum memakai kesadaran merek (brand awareness) dalam melakukan keputusan pembelian. Adapun tujuan dalam penelitian ini : 1). Besar Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Perusahaan Saung Galendo 2 Ciamis. 2). Besar Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Perusahaan Saung Galendo 2 Ciamis. 3). Besar Pengaruh Digital Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada Perusahaan Saung Galendo 2 Ciamis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : 1). Terdapat pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian 2). Terdapat pengaruh Brand Awareness terhadap keputusan pembelian 3). Terdapat pengaruh digital marketing dan Brand Awareness terhadap keputusan pembelian. Diharapkan agar perusahaan Saung Galendo 2 Ciamis untuk lebih konsisten dan rutin dalam melakukan kegiatan digital marketing melalui sosial media agar pelanggan lebih tertarik untuk melakukan keputusan pembelian produk yang ditawarkan sehingga perusahaan mampu mempertahankan eksistensinya. Dan lebih memperluas produk yang akan di pasarkan melalui digital marketing dengan adanya brand awareness. Sehingga akan menarik konsumen lebih luas lagi untuk membeli produk.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Brand Awareness, Keputusan Pembelian*