

## ABSTRAK

### **PENGARUH *DIGITAL MARKETING* DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT ANEKA INDO MANDIRI**

**TIURMA ULI Br SIMARE-MARE**  
**Program Studi Manajemen**  
**Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial baik langsung maupun tidak langsung dari variabel *digital marketing* dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian pada PT Aneka Indo Mandiri. Jenis penelitian ini adalah metode kuantitatif. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah konsumen pada PT Aneka Indo Mandiri yang berjumlah 93 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisa regresi linier berganda. Secara parsial penelitian ini berhasil membuktikan bahwa *digital marketing* dan citra perusahaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Demikian juga penelitian ini berhasil membuktikan secara simultan *digital marketing* dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Aneka Indo Mandiri.

**Kata Kunci:** *Digital Marketing*, Citra Perusahaan, dan Keputusan Pembelian