

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK DAN PROMOSI DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MITSUBISHI FUSO PADA PT SRIKANDI DIAMOND MOTORS CAKUNG

Oleh

Rizky Aulia

NIM: 1718103

Administrasi Bisnis Otomotif

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh citra merek (X1) dan promosi digital (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) Mitsubishi Fuso pada PT Srikandi Diamond Motors Cakung. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 72 orang responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Pengumpulan data melalui kuesioner pernyataan-pernyataan dan kemudian dianalisis dengan kuantitatif yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dengan uji F dan uji T, uji koefisien determinasi, dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan IBM SPSS Statistic 26. Hasil pengujian parsial (Uji T) menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian Mitsubishi Fuso pada PT Srikandi Diamond Motors Cakung dengan nilai t hitung $1,966 > t$ tabel $1,999$ dan promosi digital berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian Mitsubishi Fuso PT Srikandi Diamond Motors Cakung dengan nilai t hitung $5,459 > t$ tabel $1,994$. Sedangkan hasil pengujian simultan (Uji F) menunjukkan bahwa citra merek dan promosi digital berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian Mitsubishi Fuso pada PT Srikandi Diamond Motors Cakung dengan nilai F hitung $19,437 > F$ tabel $3,13$.

Kata kunci: Citra Merek, Promosi Digital, Keputusan Pembelian, Analisis Regresi Linear