

Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Pada Haji Furniture

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pemasaran Digital dan Keputusan Pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan asosiatif. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear sederhana . Berdasarkan hasil penelitian secara parsial pemasaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada haji furniture, dengan koefisien korelasi terdapat pengaruh yang “kuat”. Sedangkan hasil koefisien determinasi, bahwa ada pengaruh antara variabel pemasaran digital terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Pemasaran Digital, Keputusan Pembelian

**The Influence of Digital Marketing on Purchasing Decisions on Haji
Furniture**

ABSTRACT

This study aims to find out how Digital Marketing and Purchase Decisions are. The method used in this research is descriptive and associative analysis method. The analytical method used in this study is simple linear analysis. Based on the partial results of the study, digital marketing has a positive and significant effect on the decision to purchase Hajj furniture, with a correlation coefficient that has a "strong". While the coefficient of determination, that there is an influence between digital marketing variabels on purchasing decisions.

Keywords: Digital Marketing, Purchase Decision