

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh dari *digital marketing*, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian pada Mie Galak Bondowoso. Jenis penelitian ini kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah bertransaksi atau membeli produk pada Mie Galak Bondowoso. Sampel yang digunakan sebanyak 50 responden. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian membuktikan bahwa *digital marketing*, dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mie Galak Bondowoso.

Kata kunci: *Digital Marketing*, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This research aims to test and analyze the influence of digital marketing, and brand image on purchasing decisions on Bondowoso Galak Noodles. This type of research is quantitatively descriptive. The population in this study is consumers who have transacted or purchased products on Bondowoso Galak Noodles. The sample was used by 50 respondents. The analysis tool uses multiple linear regressions. The results of the study proved that digital marketing, and brand image influence the purchase decision on Mie Galak Bondowoso.

Keywords: *Digital Marketing, Brand Image and Purchasing Decisions*

