

## ABSTRAK

### **PENGARUH BAURAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MERK HONDA PADA PT TUNAS DWIPA MATRA RADEN INTAN**

Oleh

**Alda Fuadiah**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran digital terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di PT Tunas Dwipa Matra Raden Intan. Bauran pemasaran digital yang dimaksud meliputi elemen-elemen seperti periklanan online, pemasaran melalui media sosial, optimisasi mesin pencari (SEO), email marketing, dan konten digital. Metode penelitian yang digunakan dengan pendekatan survei yang melibatkan responden yang merupakan konsumen PT Tunas Dwipa Matra. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua elemen bauran pemasaran digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Periklanan online dan pemasaran melalui media sosial memiliki pengaruh paling dominan. Temuan ini mengindikasikan bahwa PT Tunas Dwipa Matra perlu meningkatkan strategi pemasaran digital mereka untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Rekomendasi diberikan kepada perusahaan untuk lebih fokus pada pengoptimalan penggunaan media sosial dan iklan online serta peningkatan kualitas konten digital yang disampaikan kepada konsumen.

**Kata Kunci:** Bauran Pemasaran Digital, Keputusan Pembelian, Sepeda Motor Honda, PT Tunas Dwipa Matra, Periklanan Online, Media Sosial.