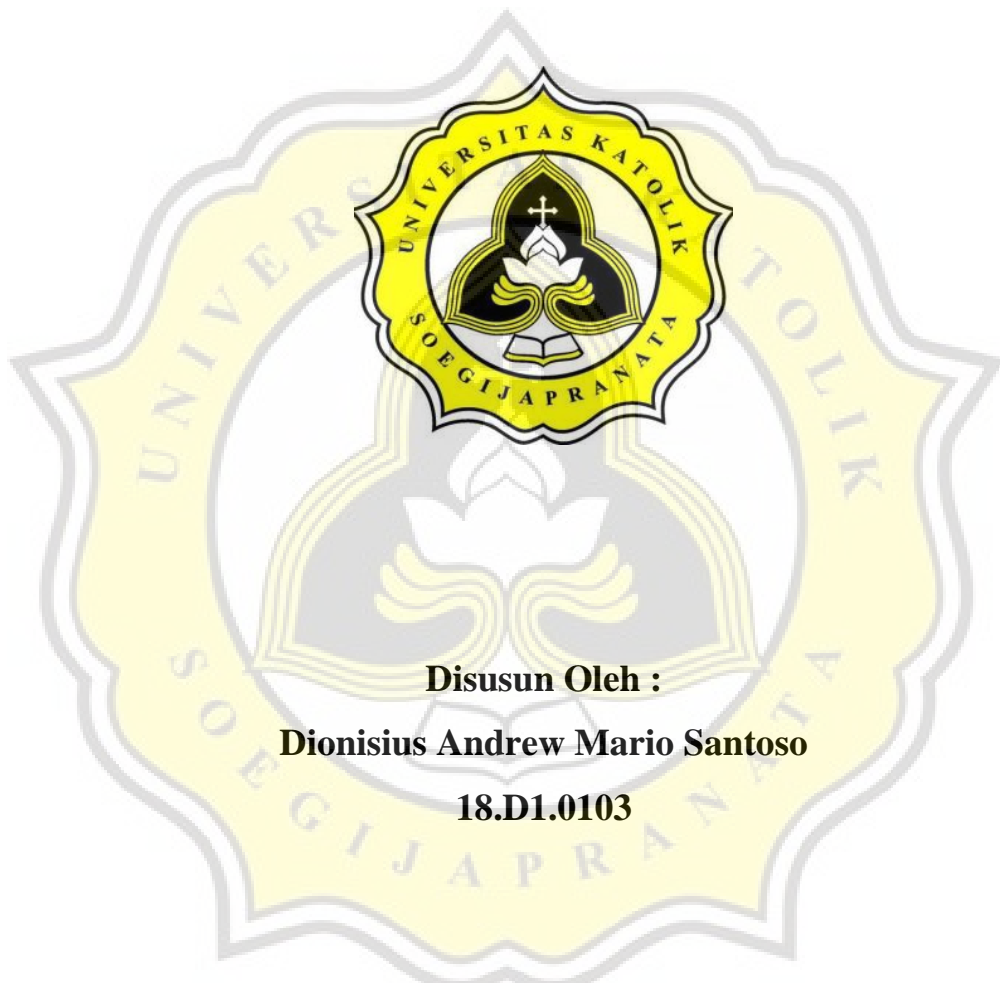


**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Di Casa Del Café



Disusun Oleh :

Dionisius Andrew Mario Santoso

18.D1.0103

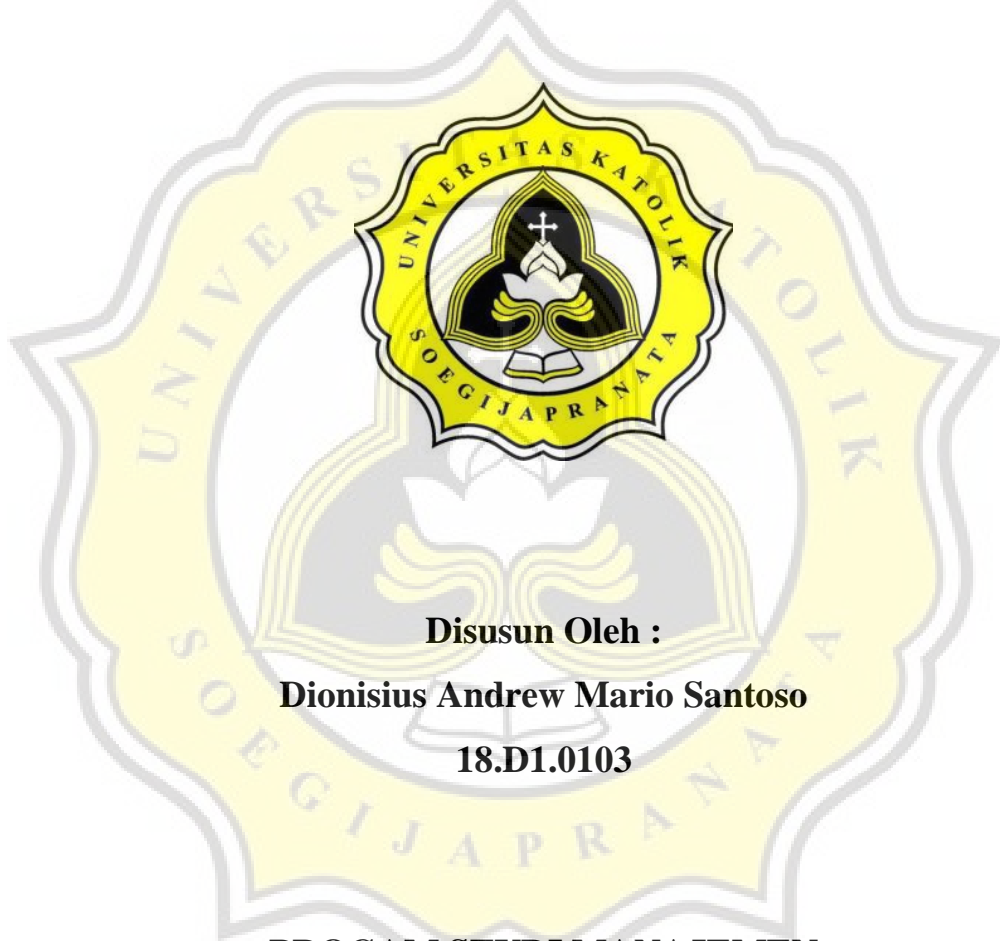
**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2023

**PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN BRAND AWARENESS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

Di Casa Del Café

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik
Soegijapranata



Disusun Oleh :

Dionisius Andrew Mario Santoso

18.D1.0103

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2023

ABSTRAK

Oleh:

Dionisius Andrew Mario Santoso

NIM : 18.D1.0103

Program Studi Manajemen

Pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan
Pembelian Di Casa Del Café

Penelitian ini dilakukan di Casa Del Café yang beralamat di Jalan Sidodadi Timur No 28. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan meneliti pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Awareness* secara parsial (sendiri-sendiri) dan simultan (bersama) terhadap keputusan pembelian pada Casa Del Café. Penelitian ini menggunakan 97 responden sebagai sampel penelitian dan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis kuantitatif yaitu meliputi analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *Digital Marketing* dan *Brand Awareness* berpengaruh terhadap Keputusan pembelian di casa del café.

Kata kunci : *Digital Marketing*, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

By:

Dionisius Andrew Mario Santoso

NIM : 18.D1.0103

Program Studi Manajemen

The Effect of *Digital Marketing* and *Brand Awareness* on the Purchasing
Decision At Casa Del Café

This research was conducted at Casa Del Café which is located at Jalan Sidodadi Timur No. 28. This research aims to determine and examine the influence of Digital Marketing and Brand Awareness partially (individually) and simultaneously (together) on purchasing decisions at Casa Del Café. This research used 97 respondents as research samples and the sampling technique used a purposive sampling method. The data analysis method used is a quantitative analysis method, which includes multiple linear regression analysis, t test, F test and coefficient of determination (R^2). The results of the research show that Digital Marketing and Brand Awareness influence purchasing decisions at Casa Del Café.

Keyword : *Digital Marketing*, *Brand Awareness*, Purchasing Decision