

## ABSTRAK

**SITTI LATIFAH AL MALIKA ILYAS. 2024. *Pengaruh Digital Marketing Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Roti Dan Kue Tart Di Toko Malika Bakery Kabupaten Gowa*. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Andi Mappatempo dan Samsul Rizal.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh digital marketing dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian roti dan kue tart di Toko Malika Bakery Kabupaten Gowa. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan pembagian kuesioner secara online melalui Google Form. Metode penentuan sampel yang digunakan yaitu rumus malhotra sehingga diperoleh sampel dengan jumlah 125 responden. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu data primer dan data sekunder. Berdasarkan hasil penelitian data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi SPSS 25 mengenai pengaruh digital marketing dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian roti dan kue tart di Toko Malika Bakery Kabupaten Gowa, maka penulis menyimpulkan bahwa secara parsial digital marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, digital marketing dan perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

***Kata kunci:* Digital Marketing, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian**