

## ABSTRAK

**Sri Sulaeni Arif Putri. 2026. Pengaruh Promosi Digital dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Toyota di Cabang Cokroaminoto Makassar. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Buyung Romadhoni dan Nasrullah.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi digital dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen mobil Toyota di Cabang Cokroaminoto Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 120 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi digital dan citra merek secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin efektif promosi digital yang dilakukan serta semakin kuat citra merek yang dimiliki, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Promosi Digital, Citra Merek, Keputusan Pembelian

