

ABSTRAK

Muhtar Hakim. 2021. *Pengaruh Direct Marketing dan Digital Marketing terhadap Keputusan Penelitian (Studi Kasus Usaha Spare Part pada Cikal Motor Bandar Lampung)*. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) H. Suwanto, S.E., M.M. (2) Sri Retnaning Rahayu, S.E., M.M.

Kata kunci: *Direct Marketing Digital Marketing, Keputusan pembelian.*

Pemasaran produk merupakan salah satu kunci untuk memaksimalkan tujuan usaha dalam menghasilkan laba. Pemasaran dikenal dengan dua tipe yakni *direct marketing* dan *digital marketing* dalam upaya untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan. *Direct marketing dan digital marketing* dilakukan untuk mengenalkan dan mempromosikan produk sebagai salah satu strategi pemasaran.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *direct marketing* dan *digital marketing*, terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus Usaha Spare Part Pada Cikal Motor Bandar Lampung).

Desain penelitian adalah penelitian kuantitatif atau penelitian verifikatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Objek dalam penelitian ini adalah *direct marketing* dan *digital marketing*, dan keputusan pembelian. Kegiatan penelitian ini dilakukan di Cikal Motor Bandar Lampung. Populasi penelitian adalah pelanggan *Cikal Motor Bandar Lampung* dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Alat analisis yang digunakan adalah menggunakan analisa kualitas data dan analisis regresi linier berganda dengan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan secara partial *direct marketing* dan *digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan *direct marketing* dan *digital marketing* secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan Cikal Motor Bandar Lampung.