

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh *Digital marketing* dan *Brand image* dan Influencer Marketing terhadap Keputusan pembelian Jajanan Hitz Padang. Teknik pemilihan sampel menggunakan random sampling dan didapatkan sampel sebanyak 100 sampel. Teknik analisis data menggunakan structural equation model dengan SmartPLS 3

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka hasil penelitian dapat disimpulkan *Digital marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Jajanan Hitz Padang. *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Jajanan Hitz Padang. *Influencer marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Jajanan Hitz Padang. *Digital marketing*, *brand image*, dan *influencer marketing* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Digital marketing* dan *Brand image*, Influencer Marketing, Keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

*This study aims to see how far the influence of Digital marketing and Brand image and Influencer Marketing on Purchase Decisions for Hitz Padang Snacks. The sample selection technique used random sampling and obtained a sample of 100 samples. The data analysis technique uses a structural equation model with SmartPLS 3*

*Based on the results of the research and testing of the hypotheses that have been carried out, it can be concluded that digital marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions at Snacks Hitz Padang. Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions on Hitz Padang Snacks. Influencer marketing has no significant effect on purchasing decisions at Hitz Padang Snacks. Digital marketing, brand image, and influencer marketing together have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

***Keywords: Digital marketing and Brand image, Influencer Marketing, Purchasing decision***