

ABSTRAK

**Wulan Febrianti
Nurhasanah
(1219240242):**

Pengaruh *E-Marketing* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Paket Haji dan Umrah Bb Tour & Travel (Studi pada Konsumen BB Tour & Travel di Kabupaten Karawang)

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen, termasuk dalam industri perjalanan ibadah seperti haji dan umrah. BB Tour & Travel sebagai salah satu agen perjalanan di Kabupaten Karawang memanfaatkan *e-marketing* dan membangun citra merek untuk meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen. Penelitian ini difokuskan untuk menganalisis pengaruh dua faktor tersebut terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana *e-marketing* dan citra merek memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap paket haji dan umrah pada BB Tour & Travel, baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 343 responden yang merupakan konsumen BB Tour & Travel. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 30.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik *e-marketing* maupun citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara simultan, kedua variabel tersebut memberikan kontribusi sebesar 72,1% terhadap keputusan pembelian, membuktikan bahwa strategi digital dan manajemen persepsi merek sangat penting dalam sektor perjalanan ibadah.

Kata Kunci: *E-Marketing*, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Paket Haji Dan Umrah, BB Tour & Travel.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG