

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya *digital marketing* yaitu Biaya *Search Engine Marketing* (BSEM) dan Biaya *Social Media Marketing* (BSMM) terhadap perolehan Investor Baru (*Lender*) dan Pendapatan (*Revenue*) serta menganalisis efektifitas kegiatan *digital marketing* di PT. ALAMI Fintek Sharia periode 2020-2021. Data diperoleh dari data sekunder *digital marketing reports* dan laporan *marketplace fee* ALAMI periode 2020-2021. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hipotesis dalam penelitian ini didasarkan pada fenomena masalah yang terjadi di ALAMI, serta penelitian terdahulu dan teori pendukung lainnya. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa BSEM dan BSMM berpengaruh positif terhadap perolehan Investor Baru (*Lender*), namun tidak berpengaruh terhadap Pendapatan (*Revenue*), penelitian ini juga memberikan bukti bahwa kegiatan *digital marketing* di ALAMI sudah efektif dalam mencapai target yang ditentukan. Berdasarkan hasil penelitian ini, salah satu saran penelitian kepada PT ALAMI Fintek Sharia adalah untuk meningkatkan penganggaran BSEM dan BSMM agar perusahaan mampu memaksimalkan dan memanfaatkan *digital marketing* yang dimiliki demi mencapai tingkat perolehan Investor Baru (*Lender*) dengan lebih banyak lagi dan target-target perusahaan lainnya yang diharapkan.