

Yustina drusila

by UNITRI Press

Submission date: 26-Mar-2024 09:17PM (UTC-0500)

Submission ID: 2277971355

File name: Yustina_drusila.docx (41.51K)

Word count: 537

Character count: 3703

3
**PENGARUH PEMASARAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK FASHION DI KALANGAN MAHASISWA
(STUDI PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN ANGKATAN 2023
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI MALANG)**

SKRIPSI



Oleh:

YUSTINA DRUSILA

NIM. 2020120084

UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI

FAKULTAS EKONOMI

MALANG

2024

ABSTRAK

Tujuannya dari riset berikut ialah untuk mengetahui bagaimana Dampak Memasarkan Online secara parsial Pada Putusan Pembeli Produk Fashion pada Kalangan Mahasiswa program studi manajemen angkatan 2023 Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang terhadap pembelian produk fashion. Penelitian ini menggunakan strategi pengumpulan data yang meliputi observasi, dokumentasi, dan angket. Total sampling merupakan strategi mengambil sampelnya yang dilakukan pada riset berikut, dan sampelnya terdiri dari 62 mahasiswa program studi manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang. Riset berikut menunjukkan bahwa (1) keputusan pelajar dalam membeli barang fashion dipengaruhi oleh pemasaran online. Pemasaran online diyakini mempunyai dampak yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa program studi manajemen Universitas Tribhuwana Tunggadewi Fakultas Ekonomi Malang dalam membeli barang fashion apa.

Kata kunci : Pemasaran Online , Keputusan Pembelian

1.1 Latar Belakang

Sekarang maraknya pemilik **bisnis**, pelajar, dan masyarakat yang bekerja di bidang pemasaran untuk menghasilkan periklanan dan promosi yang menarik perhatian pelanggan di platform media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, Shopee, dan lain-lain. Remaja, terutama mereka yang berada di tahun-tahun awal sekolah, bukanlah satu-satunya kelompok yang menggunakan media sosial untuk membeli barang atau mengiklankan produk untuk dijual. Pelajar masa kini tentunya tidak ketinggalan dalam memanfaatkan teknologi terkini, karena mereka dapat memanfaatkan media sosial untuk menjual barang-barang trendi seperti tas, sepatu, pakaian, aksesoris, dan barang lainnya untuk meningkatkan pendapatan mereka. Mahasiswa yang mampu berwirausaha tentunya akan memanfaatkan media sosial secara bertanggung jawab dan terampil, sehingga segala sesuatu yang dilakukannya bermanfaat bagi kemampuannya dalam menghasilkan keuntungan. Hidayat (2014), hal. 113.

Produsen harus menyediakan **barang dan jasa yang mempunyai kualitas tinggi dengan harga yang kompetitif** untuk memuaskan pelanggan dan produknya disetujui oleh pasar. Jika terdapat beberapa kemungkinan maka keputusan pembelian akan diambil (Iriani, 2011).

Berdasarkan uraian berikut ini, penulis ingin sekali mempelajarinya lebih lanjut “Dampak Memasarkan Online secara parsial Pada Putusan Pembeli Produk Fashion pada Kalangan Mahasiswa”.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana Dampak Memasarkan Online secara parsial Pada Putusan Pembeli Produk Fashion pada Kalangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Tunggadewi Malang.
- b. Bagaimana Dampak Pemasaran *Online* secara simultan Pada Putusan Pembeli Produk

Fashion Dikalangan Mahasiswa Prodi ¹Manajemen Universitas Tribhuwana
Tunggadewi Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui Dampak Memasarkan Online secara parsial Pada Putusan Pembeli Produk Fashion pada Kalangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Tunggadewi Malang.
- b. Untuk mengetahui Dampak Memasarkan *Online* secara simultan Pada Putusan Pembeli Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa Prodi Manajemen ¹Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang

1.4 Manfaat Penelitian

Harapannya bisa berikan kemanfaatan untuk yang menulis ataupun pihak lainnya yang mempunyai kepentingan pada riset berikut manfaat lainnya ialah:

1 . Manfaat Teoritis

Hasil riset ini di harapannya bisa gunakan untuk acuan, menambah informasi dan mengetahui mengenai respon Mahasiswa Terkait Pengaruh Dampak Memasarkan *Online* secara parsial Pada Putusan Pembeli Produk Fashion pada Kalangan Mahasiswa

2 . Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Harapannya bisa berikan kemanfaatan, gambaran, serta wawasan terkait Dampak Pemasaran Online secara parsial Pada Putusan Pembeli Produk Fashion pada Kalangan Mahasiswa

b. ⁵Bagi tempat penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk lebih inovasi

²c. Bagi peneliti lain

Diharapkan penelitian ini bisa dijadikan acuan untuk riset lain yang ingin

melakukan penelitian sejenis.

Yustina drusila

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	rinjani.unitri.ac.id Internet Source	10%
2	docplayer.info Internet Source	4%
3	jom.untidar.ac.id Internet Source	2%
4	text-id.123dok.com Internet Source	2%
5	www.scribd.com Internet Source	2%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

Yustina drusila

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5
