

**PENGARUH PEMASARAN INTERAKTIF TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DISTRO RUNAWAY  
MERCH BANDUNG**

**Muhamad Nizar Sakti Nurfaizal**

**10090310235**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan pemasaran interaktif pada Distro Runaway Merch Bandung, untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang pemasaran interaktif pada Distro Runaway Merch Bandung, untuk mengetahui tingkat keputusan pembelian konsumen pada Distro Runaway Merch Bandung, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemasaran interaktif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Distro Runaway Merch Bandung.

Jenis penelitian verifikatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan metode yang digunakan adalah studi kasus, yaitu penelitian yang berfungsi mengetahui suatu fenomena, gejala, yang khas atau unik dari suatu individu kelompok, atau objek sosial lainnya. Sehingga dapat diperoleh suatu deskripsi yang rinci mengenai fenomena atau gejala tersebut.

Subjek dalam penelitian ini adalah 100 orang pengunjung Distro Runaway Merch Bandung. Teknik pengumpulan sampel adalah *non probability sampling*. Analisis data yang di gunakan adalah analisis regresi sederhana yang bertujuan untuk menguji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara pemasaran interaktif terhadap keputusan pembelian konsumen pada Distro Runaway Merch Bandung.

**Kata kunci : pemasaran interaktif, keputusan pembelian.**

# **THE INFLUENCE OF INTERACTIVE MARKETING ON CONSUMER BUYING DECISION**

**(Case Studies at Distro Runaway Merch Bandung)**

**Muhamad Nizar Sakti Nurfaizal**

**10090310235**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine how the implementation of interactive marketing on the distributions Runaway Merch Bandung, to determine the response of consumers about interactive marketing on the distributions Runaway Merch Bandung, to determine the level of consumer purchasing decisions on the distributions Runaway Merch Bandung, and to determine how much influence on the interactive marketing consumer purchasing decisions on the distributions Runaway Merch Bandung.*

*Type verification research, the research aims to determine the effect of independent variables with the dependent variable. While the method used is a case study, the research function to know a phenomenon, symptom, a unique characteristic of an individual or group, or other social objects. So as to obtain a detailed description of the phenomena or symptoms.*

*Subjects in this study were 100 visitors Distro Bandung Runaway Merch. Sample collection technique is non-probability sampling. Analysis of the data that is used is a simple regression analysis aimed to test the hypothesis.*

*The results of this study showed a significant influence of interactive marketing on consumer purchasing decisions on the distributions Runaway Merch Bandung.*

**Keywords: interactive marketing, buying decision**