

PENGARUH PEMASARAN INTERAKTIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DISTRO DLOOPS BANDUNG

Muhammad Yogi Sumirat
10090310219

Abstrak

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui tentang seberapa besar pengaruh antara *pemasaran interaktif* pada Distro Dloops di Bandung, untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang keputusan pembelian T-shirt Distro Dloops di Bandung, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *pemasaran interaktif* terhadap keputusan pembelian T-shirt Distro Dloops di Bandung

Jenis penelitian verifikatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan metode yang digunakan adalah suatu survei, yaitu penelitian yang berfungsi mengetahui suatu fenomena, gejala, yang khas atau unik dari suatu individu kelompok.

Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan T-shirt Distro Dloops di Bandung. Teknik pengumpulan sampel adalah *non probability sampling*. Analisis data yang di gunakan adalah analisis regresi sederhana yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *pemasaran interaktif* dengan keputusan pembelian T-shirt Distro Dloops Bandung dengan tingkat pengaruh yang kuat dengan arah hubungan yang positif.

Kata Kunci : *Pemasaran Interaktif* , Keputusan Pembelian

THE INFLUENCE OF INTERAKTIF MARKETING TO BUYING DECISION T-SHIRT ON DLOOPS DISTRO IN BANDUNG

Muhammad Yogi Sumirat
10090310219

Abstract

The purpose of this research is to know how much impact of interaktif marketing at dloops distro In bandung, to know consumers response about buying decision at dloops distro In Bandung, to know about how much impact between relationship interaktif marketing with buying decision at dloops distro bandung.

Type verification research, is research that aims to determine the effect of independent variables with the dependent variable. While the method used was a survey, the research work to know a phenomenon, symptom, which is a unique characteristic of an individual or group.

The subject in this research is t-shirt dloops bandung consumers. Sample collection technique in this research is non probability sampling. data analysis that used is simple regression analysis which aims to testing the hypothesis. there is an impact interaktif marketing with t-shirt dloops consumers with strong level and positively correlation

keywords: interaktif marketing, buying decision