

ABSTRAK

F. X. REYNALDI SANJAYA P., 20111011

PENGARUH PENGGUNAAN TEKNOLOGI DIGITAL DAN STRATEGI PEMASARAN ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA STIAMAK DIMODERASI KUALITAS LAYANAN

Skripsi : Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, 2024

Kata Kunci : Teknologi Digital, Strategi Pemasaran Online, Kualitas Layanan, Keputusan pembelian, Shoppe, E-commerce.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh teknologi digital dan strategi pemasaran online terhadap keputusan pembelian mahasiswa STIAMAK Barunawati pada platform e-commerce Shopee. Penelitian ini juga menilai peran kualitas layanan dalam memoderasi hubungan antara teknologi digital dan strategi pemasaran online terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang didistribusikan kepada 100 responden mahasiswa STIAMAK Barunawati. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik regresi linier berganda dan uji moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknologi digital dan strategi pemasaran online berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antara teknologi digital dan strategi pemasaran online terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menyarankan agar pelaku bisnis e-commerce Shopee terus mengembangkan teknologi digital dan strategi pemasaran online mereka untuk meningkatkan keputusan pembelian, meskipun kualitas layanan tetap perlu diperhatikan untuk kepuasan pelanggan.