

ABSTRAK

**PENGARUH PEMASARAN INTERNET TERHADAP MINAT BELI
Studi Pada Grup *Facebook* Baju Bekas Murah**

Maria Sita Meindyaswati
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2014

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pemasaran internet berpengaruh pada minat beli. Jenis penelitian ini adalah studi pada grup *Facebook* Baju Bekas Murah dengan menyebarkan kuesioner secara *online*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* sebanyak 100 responden. Analisis dilakukan dengan analisis statistika deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Dari hasil uji *t* diperoleh hasil nilai $t_{hitung} 14.285 > t_{tabel} 1.984$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga pemasaran internet berpengaruh terhadap minat beli. Dan hasil koefisien determinasi R^2 sebesar 0.672 menunjukkan presentase sumbangan pengaruh variabel independen (pemasaran internet) terhadap variabel dependen (minat beli) sebesar 67.2%.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF INTERNET MARKETING TOWARD
PURCHASE INTENTION**

Study at Facebook Group Baju Bekas Murah

Maria Sita Meindyaswati
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2014

This research aims to determine whether internet marketing influence purchase intention. This research is a study at the Facebook group Baju Bekas Murah. The data was obtained by distributing online questionnaires. The sample in this research was taken using simple random sampling of 100 respondents. The analysis was performed by descriptive statistics and simple linear regression analysis. From the results obtained by t-test results $t_{count} 14.285 > t_{table} 1.984$ then H_0 is rejected and H_a is accepted that internet marketing influenced purchase intention. And the coefficient of determination R^2 of 0.672 indicates the percentage contribution of the effect of the independent variable (internet marketing) on the dependent variable (purchase intention) was 67.2%.