

ABSTRAK

Ahmad Budi Susilo. NIM 20.2.21.016. *Pengaruh Online Marketing dan Promosi Penjualan Mobil Terhadap Minat Beli Masyarakat di PT. Tri Mandiri Selaras Kaliorang*. Skripsi Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah STAI Sangatta Kutai Timur. Dibimbing oleh Dr. Hartono, S.H.I., M.S.I. selaku pembimbing I dan H. Hasan, Lc., M.A. selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *online marketing* dan promosi penjualan terhadap minat beli masyarakat kaliorang di PT. Tri Mandiri Selaras Kaliorang. Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang saling melengkapi satu sama lainnya, yaitu teknik angket untuk mendapatkan data penelitian dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden. Populasi dalam penelitian ini adalah 60 konsumen yang membeli unit pada tahun 2023 di PT. Tri Mandiri Selaras Kaliorang dengan jumlah sampel 30 responden. Selanjutnya untuk menganalisa data tersebut, maka peneliti menggunakan rumus regresi linier berganda.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus diatas, variabel *online marketing* tidak berpengaruh positif terhadap minat beli dengan pembuktian hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel *online marketing* sebesar $-0,558 \leq t_{\text{tabel}} 2,052$ dan signifikansi $0,581 \geq 0,05$ hal ini berarti H_0 diterima dan H_a ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa variabel online marketing tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli. Variabel promosi penjualan berpengaruh positif terhadap minat beli dengan pembuktian hasil dari uji t menunjukkan bahwa variabel promosi penjualan sebesar $3,545 \geq t_{\text{tabel}} 2,052$ dan signifikansi $0,001 \leq 0,05$ hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi penjualan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli. Selanjutnya variabel *online marketing* dan promosi penjualan diperoleh nilai $R = 0,564$ dengan interpretasi diantara $0,268 - 0,318$ yang berarti korelasinya berpengaruh sehingga bentuk persamaan regresinya yaitu $Y = 12,283 + -0,071X_1 + 0,493X_2 + e$, persamaan regresi tersebut digunakan untuk melakukan prediksi seberapa besar pengaruh *online marketing* dan promosi penjualan terhadap minat beli mobil di PT. Tri Mandiri Selaras Kaliorang. Dengan demikian pengaruh *online marketing* dan promosi penjualan mempunyai korelasi positif terhadap minat beli mobil masyarakat Kaliorang di PT. Tri Mandiri Selaras Kaliorang. Setelah dihitung nilai koefisien determinannya sebesar 31,8%. Hal ini berarti variabel *online marketing* dan promosi penjualan memberikan sumbangan cukup efektif terhadap minat beli sebesar 31,8% sedangkan sisanya sebesar 67,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: *Online Marketing*, Promosi Penjualan, Minat Beli