

ABSTRAK

Kristina Maretta Sihite, NIM : 7203550017. Analisis *Digital Marketing* Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Tokopedia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) Pengaruh signifikan *Digital Marketing* terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi tokopedia; (2) Pengaruh signifikan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi tokopedia; (3) Pengaruh signifikan *Digital Marketing* dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi tokopedia. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan berjumlah 230 orang. Jumlah sampel yang diambil adalah 70 orang mahasiswa sebagai responden penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, khususnya menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Data dievaluasi dengan menggunakan perangkat lunak spss 22.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *digital marketing* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi tokopedia. Berdasarkan perhitungan dapat dilihat dari nilai thitung sebesar 7,515 yang lebih besar dari nilai ttabel 1,294 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil daripada 0,1. Temuan ini menunjukkan bahwa *digital marketing* atau pemasaran digital memberikan dampak yang menguntungkan terhadap minat menggunakan aplikasi tokopedia. Hasil dari kemudahan penggunaan (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi tokopedia. Hal ini dapat dilihat dari nilai thitung sebesar 3,549 dan ttabel sebesar 1,294 nilai signifikansi sebesar 0,001, sehingga thitung $3,549 > ttabel\ 1,294$ dan signifikansi $0,001 < 0,1$. Jadi kesimpulan dari penelitian ini adalah *digital marketing* dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi tokopedia.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, Kemudahan Penggunaan, Minat, Tokopedia



ABSTRACT

Kristina Maretta Sihite, NIM: 7203550017. Digital Marketing Analysis and Perception of Ease of Use of Applications on Students' Interest in Using the Tokopedia Application.

The purpose of this study was to determine: (1) The significant influence of Digital Marketing on students' interest in using the Tokopedia application; (2) The significant influence of Ease of Use of the Application on students' interest in using the Tokopedia application; (3) The significant influence of Digital Marketing and Ease of Use of the Application on students' interest in using the Tokopedia application. The population in this study were all students of the Management Department, Faculty of Economics, State University of Medan, totaling 230 people. The number of samples taken was 70 students as research respondents. This study uses a quantitative approach, specifically using multiple linear regression analysis techniques. Data were evaluated using SPSS 22.0 software. The results of this study indicate that digital marketing (X1) has a positive and significant effect on students' interest in using the Tokopedia application. Based on the calculation, it can be seen from the t-count value of 7.515 which is greater than the t-table value of 1.294 and the significance value of 0.001 which is smaller than 0.1. This finding shows that digital marketing has a beneficial impact on interest in using the Tokopedia application. The results of ease of use (X2) also have a positive and significant effect on students' interest in using the Tokopedia application. This can be seen from the t-count value of 3.549 and t-table of 1.294, a significance value of 0.001, so that $t\text{-count } 3.549 > t\text{-table } 1.294$ and $\text{significance } 0.001 < 0.1$. So the conclusion of this study is that digital marketing and ease of use have a positive and significant effect on students' interest in using the Tokopedia application.

Keywords: Digital Marketing, Ease of Use, Interest, Tokopedia

