

ABSTRAK

ALISA AMANDA FITRI, 2022. *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Konsumen Dalam Berbelanja Online Pada Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unismuh Makassar Program Studi Manajemen Angkatan 2018)*. Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Moh. Aris Pasigai dan Sitti Marhumi.

Tujuan penelitian ini merupakan jenis penelitian bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh strategi promosi terhadap minat konsumen dalam berbelanja online pada shopee (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unismuh makassar program studi manajemen angkatan 2018). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 76 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan pembagian kuesioner. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan dalam pengumpulan data mencakup data primer. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode skala likert.

Berdasarkan hasil penelitian data dengan menggunakan perhitungan statistik melalui aplikasi Statistical Package for Social Science (SPSS) versi 25 mengenai pengaruh strategi promosi terhadap minat konsumen dalam berbelanja online pada shopee (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis unismuh makassar program studi manajemen angkatan 2018) yang telah di bahas dari bab sebelumnya, maka penulis menarik kesimpulan penting yaitu strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen.

Kata kunci: Strategi Promosi, Minat Konsumen