

## ABSTRAK

Perkembangan perekonomian pada era *digital marketing* membutuhkan banyak pengetahuan pada system operasional, baik dari produsen maupun konsumen. Dalam penelitian ini terdapat adanya ketidaksesuaian antara informasi yang diberikan kepada konsumen tetapi pada kenyataannya seperti pada media sosial dari suatu promosi yang digunakan perusahaan tidak sesuai dengan informasi yang diberikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli konsumen pada Mon Cheri Official Store. Jumlah responden yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebanyak 88 responden menggunakan teknik *simple random sampling*. Metode pada penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan teknik analisis data regresi linier sederhana, Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis. Data primer yang diperoleh pada penelitian ini yaitu melalui data kuesioner dengan pengukuran skala likert. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli konsumen memiliki pengaruh yang positif. Kesimpulan pada penelitian ini didapat berdasarkan tujuan penelitian yang meliputi analisis deskriptif dan asosiatif. Berdasarkan analisis deskriptif dinyatakan *digital marketing* memiliki kategori yaitu baik dan minat beli konsumen memiliki kategori yaitu sangat baik. Pada analisis Asosiatif hasil analisis koefisien determinasi Minat beli konsumen dalam penelitian ini dipengaruhi *digital marketing* dengan indikator adwords yang paling berpengaruh dalam meningkatkan minat beli konsumen sebesar 36,9% dan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Penelitian ini memberikan manfaat teoritis bagi peneliti selanjutnya untuk dijadikan acuan sebagai referensi yang berminat dengan *digital marketing* dan minat beli konsumen. Manfaat praktis berupa saran bagi Mon Cheri *Official Store* agar meningkatkan dan mengaktifkan kembali media sosial yang digunakan untuk memasarkan dan mempromosikan produk sehingga meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, Minat Beli Konsumen, *Website*, *Adwords*, *Social Media Marketing*

## **ABSTRACT**

*Economic development in the digital marketing era requires a lot of knowledge on operational systems, both from producers and consumers. In this study there is a discrepancy between the information provided to consumers but in reality, such as on social media from a promotion used by the company does not match the information provided. This study aims to analyze and describe the influence of digital marketing on consumer buying interest at the Mon Cheri Official Store. The number of respondents used in this study were 88 respondents using simple random sampling technique. The method in this study uses quantitative data analysis techniques with simple linear regression, Correlation Coefficient, Coefficient of Determination and Hypothesis Testing. Primary data obtained in this study is through questionnaire data with Likert scale measurements. The results of this study indicate that the influence of digital marketing on consumer buying interest has a positive influence. The conclusions in this study were obtained based on the research objectives which included descriptive and associative analysis. Based on descriptive analysis, it is stated that digital marketing has a category that is good and consumer buying interest has a category that is very good. In the Associative analysis, the results of the analysis of the coefficient of determination. Consumer buying interest in this study is influenced by digital marketing with the Adwords indicator which is the most influential in increasing consumer buying interest by 36.9% and the rest is influenced by other factors not examined in this study. This study provides theoretical benefits for further researchers to be used as a reference as a reference who is interested in digital marketing and consumer buying interest. Practical benefits in the form of suggestions for the Mon Cheri Official Store to improve and reactivate social media used to market and promote products so as to increase consumer buying interest.*

*Keywords: Digital Marketing, Consumer Buying Interest, Website, Adwords, Social Media Marketing*