

ABSTRAK

M. Fajri Daryansyah: 64190134. “Pengaruh *Internet Marketing* dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Jasa Kearsipan di Pusat Jasa Kearsipan Jakarta”. Skripsi. Jakarta: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, 2023.

Dengan adanya peningkatan jumlah pengguna internet yang signifikan maka akan memberikan peluang bagi pelaku bisnis untuk memperoleh keuntungan dari fenomena yang ada yaitu dengan cara membuat ide-ide promosi yang memanfaatkan website sebagai media pemasarannya. Melihat fenomena di atas penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh *Internet Marketing* dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Jasa Kearsipan di Pusat Jasa Kearsipan Jakarta”. Penelitian berjenis kuantitatif dengan metode survey yang respondennya berjumlah 44 orang. Tujuan penelitian ini untuk mencari tahu pengaruh *Internet Marketing* dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian dan seberapa besar pengaruhnya.

Dan berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis Uji F didapatkan kesimpulan bahwa *internet marketing* dan promosi penjualan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif pada penelitian ini yang bisa dibuktikan kebenarannya dengan atas didapatkan nya nilai sebesar $0,000 < 0,05$, dan F_{hitung} sebesar $30,015 > 3,21$, Pengaruh *internet marketing* dan promosi penjualan pada keputusan pembelian didapatkan sebesar 0.594 hal ini menunjukkan kemampuan variabel *internet marketing*, promosi penjualan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 59,4 % sisa nya 40,6 % dijelaskan oleh variable lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Promosi, *Internet Marketing*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

M. Fajri Daryansyah: 64190134. *"The Influence of Intrernet Marketing and Promotion on Purchase Decisions for Archival Services at the Jakarta Archive Services Center". Thesis. Jakarta: Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Bina Sarana Informatics University, 2023.*

With a significant increase in the number of internet users, it will provide opportunities for business people to benefit from the existing phenomenon, namely by creating promotional ideas that utilize the website as a marketing medium. Seeing the phenomenon above, the author intends to conduct research with the title: "The Influence of Internet Marketing and Sales Promotion on Purchase Decisions for Archival Services at the Jakarta Archive Services Center". Quantitative type research with survey method with 44 respondents. The purpose of this study is to find out the effect of Internet Marketing and Promotion on Purchase Decisions and how much influence they have.

And based on the results of testing the F test hypothesis, it can be concluded that internet marketing and sales promotion have a significant and positive influence in this study which can be proven true by obtaining a value of $0.000 < 0.05$, and Fcount of $30,015 > 3,21$, the influence of the internet marketing and sales promotion on purchasing decisions was obtained at 0.594 this shows the ability of internet marketing variables, sales promotions influence purchasing decisions by 59.4%, the remaining 40.6% is explained by other variables not discussed in this study.

Keywords: *Promotion, Internet Marketing, Purchase Decision.*