

ABSTRAK

Pemasaran online yaitu usaha perencanaan kiat-kiat untuk menjual produk secara online. Strategi tersebut nantinya akan menghasilkan profit jika dilakukan dengan baik. Yang paling utama adalah kepuasan konsumen karena promosi online hanya mengandalkan visual. pemasaran online atau sering disebut sebagai pemasaran digital diartikan sebagai strategi pemasaran yang memanfaatkan internet. Kegiatan pemasaran untuk mendapatkan perhatian konsumen dengan memanfaatkan penjualan melalui media sosial, website, email, bahkan augmented reality. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan pemasaran online terhadap keputusan pembelian, yang kemudian mengetahui hambatan, sehingga dapat menemukan solusi untuk setiap hambatan yang ada. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik interview, teknik pengamatan, dan teknik studi literatur. Penelitian ini juga memperoleh data sebanyak (jumlah sampel) melalui teknik interview pada karyawan di Toko Twic Production. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh pemasaran secara online oleh Twic Production dan Allyane melalui digital marketing sehingga menghasilkan penjualan yang tinggi.

Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Digital, Keputusan, Pembelian.

ABSTRACT

Online marketing is an effort to sell products online. That strategy would be profitable if it is well executed. The most important thing is the consumer's satisfaction because the online promotion would rely heavily on the visual. Online marketing or mostly called digital marketing could be seen as a strategy that utilizes the internet. To gain the consumer's attention, the marketing activity utilizes sales via social media, website, email, and even augmented reality. The aim of this research is to acknowledge the implementation of online marketing towards the consumer's purchase decision, and then, it would discover the obstacles and find its solution. The method used in this research is the descriptive method. In this research, the data collection used interview techniques, observation, and a literature review. This research obtained the data as much as the total samples used through the interview technique of the Toko Twic Production employees. The results of this research showed that online marketing influenced Twic Production and Allyane through digital marketing, and it generated huge sales.

Keywords: Strategy, Marketing, Digital, Decision, Purchase.