

ABSTRAK

Nia Safitri. 2021. Pengaruh Strategi Pemasaran *Online* dan *Viral Marketing* terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Restoran Ayam Bakar Dabu-Dabu Kota Ternate). Pembimbing I: Johan Fahri, SE., M.PM., Ph.D. Pembimbing II: Ririn Damayanti, SE., M.M.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui apakah Strategi Pemasaran *Online* pada Restoran Ayam Bakar Dabu-Dabu Kota Ternate berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen; (2) Untuk mengetahui apakah *Viral Marketing* pada Restoran Ayam Bakar Dabu-Dabu Kota Ternate berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen. Jumlah sampel penelitian adalah sebanyak 75 orang dari konsumen yang pernah berbelanja secara *online* maupun *offline* pada Restoran Ayam Bakar Dabu-Dabu Kota Ternate. Alat uji yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda (*Multiple regression*) dengan menggunakan *statistical package for social scientists (SPSS)* sebagai alat uji statistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi Pemasaran *Online* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada Restoran Ayam Bakar Dabu-Dabu Kota Ternate. Hasil penelitian ini berarti bahwa: Restoran Ayam Bakar Dabu-Dabu Kota Ternate yang menerapkan Strategi Pemasaran *Online* dapat meningkatkan Minat Beli Konsumen; (2) *Viral Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada Restoran Ayam Bakar Dabu-Dabu Kota Ternate. Hasil penelitian ini berarti bahwa: Restoran Ayam Bakar Dabu-Dabu Kota Ternate yang menerapkan *Viral Marketing* dapat meningkatkan Minat Beli Konsumen. Dan semakin baik Strategi Pemasaran *Online* dan *Viral Marketing* maka dapat meningkatkan Minat Beli Konsumen.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Online, Viral Marketing dan Minat Beli Konsumen.

ABSTRACT

Nia Safitri. 2021. *The Effect of Online Marketing Strategy and Viral Marketing on Consumer Purchase Interest (Case Study of Ayam Bakar Dabu-Dabu Restaurant Ternate City)*. Advisor I: Johan Fahri, SE., M.PM., Ph.D. Advisor II: Ririn Damayanti, SE., M.M.

The objectives of this research is: (1) To find out whether the Online Marketing Strategy of the Ayam Bakar Dabu-Dabu Restaurant in Ternate City has an effect on Consumer Purchase Interest; (2) To find out whether Viral Marketing at Ayam Bakar Dabu-Dabu Restaurant in Ternate City has an effect on Consumer Purchase Interest. Total the sample of this research is 75 people from consumer who have shopped online or offline at the Ayam Bakar Dabu-Dabu Restaurant in Ternate City. The test tool used is multiple linear regression analysis using the statistical package for social scientists (SPSS) as a statistical tes tool.

The results showed that: (1) Online Marketing Strategy has a positive and significant effect on Consumer Purchase Interest at Ayam Bakar Dabu-Dabu Restaurant Ternate City. The results of this research mean that: Ayam Bakar Dabu-Dabu Restaurant in Ternate City which implements an Online Marketing Strategy can increase Consumer Purchase Interest; (2) Viral Marketing has a positive and significant effect on consumer purchase interest at the Ayam Bakar Dabu-Dabu Restaurant Ternate City. The result of this research mean that: Ayam Bakar Dabu-Dabu Restaurant in Ternate City which implements Viral Marketing can increase Consumer Purchase Interest. And the better the Online Marketing Strategy and Viral Marketing, it can increase Consumer Purchase Interest.

Keywords : Online Marketing Strategy, Viral Marketing and Consumer Purchase Interest.