

PENGARUH PERKEMBANGAN *DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT BELI PRODUK *THRIFTING* DI KOTA DURI

Nama : Purnama Juni Lestari
Nim : 5103201458
Dosen Pembimbing : Erma Domos, BA, MTCSOL

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel *digital marketing* berdasarkan indikator *website*, *search engine marketing*, *e-mail marketing* dan *social media marketing* terhadap minat beli produk *thrifting* di Kota Duri. Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden berdasarkan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Data primer diperoleh melalui kuesioner dengan skala pengukuran menggunakan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Variabel yang paling mendominasi pertanyaan minat beli dengan skor mean 4,48 adalah indikator minat transaksional, sedangkan pertanyaan yang mendapatkan skor mean terendah yaitu 4,11 adalah indikator minat preferensial. Variabel yang paling mendominasi pertanyaan *digital marketing* dengan skor mean 4,55 adalah indikator *social media marketing*, sedangkan pertanyaan yang mendapatkan skor mean terendah yaitu 3,72 adalah indikator *e-mail marketing*. Hasil menunjukkan bahwa variabel *digital marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *thrifting* di Kota Duri. Pada penelitian ini minat beli konsumen dipengaruhi sebesar 44%, dengan *social media marketing* sebagai indikator yang paling berpengaruh dalam meningkatkan minat beli konsumen.

Kata kunci: *Digital marketing*, Minat Beli, Produk *Thrifting*

**THE INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING
DEVELOPMENTS ON INTEREST IN BUYING THRIFTING
PRODUCTS IN DURI CITY**

Name : Purnama Juni Lestari
Student ID Number : 5103201458
Supervisor : Erma Domos, BA, MTCSOL

Abstract

This research aims to determine and analyze the influence of digital marketing variables based on website indicators, search engine marketing, e-mail marketing and social media marketing on interest in purchasing thrifting products in Duri City. This type of research is associative research. This research uses a quantitative approach with the number of respondents in this research being 100 respondents based on a purposive sampling technique. Primary data was obtained through a questionnaire with a measurement scale using a Likert scale. The data analysis technique used in this research is simple linear regression analysis. The variable that most dominates the purchase interest question with a mean score of 4.48 is the transactional interest indicator, while the question that gets the lowest mean score, namely 4.11, is the preferential interest indicator. The variable that most dominates digital marketing questions with a mean score of 4.55 is the social media marketing indicator, while the question that gets the lowest mean score, namely 3.72, is the e-mail marketing indicator. The results show that the digital marketing variable has a positive and significant influence on interest in purchasing thrifting products in Duri City. In this research, consumer buying interest was influenced by 44%, with social media marketing as the most influential indicator in increasing consumer buying interest.

Keywords: *Digital marketing, Purchase Interest, Thrifting Products*