

ABSTRAK

Adriyanti Suci Hidayat (1178020009) : “Pengaruh *Retargeting* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sociolla di Kabupaten Bandung Barat”.

Perkembangan teknologi yang pesat perlahan mengubah pola perilaku dan sikap masyarakat terutama dalam hal kebutuhan pembelian melalui *online*. Apalagi, kini teknologi telah memainkan peran yang cukup besar bagi jutaan masyarakat di Indonesia untuk membantu setiap aktivitas masyarakat, terutama dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ini menjadi kesempatan bagi para pelaku pasar yang menjual produknya melalui *e-commerce*.

Namun, sepanjang 2016-2019 salah satu *e-commerce* di Indonesia yaitu Sociolla mengalami penurunan pengunjung situs disetiap tahunnya dan tentu berdampak buruk terhadap penjualan. Dugaan sementara yaitu karena kurangnya promosi yang dilakukan oleh Sociolla.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *Retargeting* dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sociolla di Kabupaten Bandung Barat.

Analisis ini menggunakan variabel independen yaitu *retargeting* dan promosi. Variabel dependennya yaitu keputusan pembelian. Sampel penelitiannya yaitu konsumen Sociolla di Kabupaten Bandung Barat. Sampel dilakukan menggunakan metode *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan langsung pada konsumen Sociolla di Kabupaten Bandung Barat sebanyak 100 kuesioner.

Uji hipotesis menggunakan Uji Parsial atau Uji t dengan pengambilan data dari tabel Regresi Linier Berganda dan Uji Simultan atau Uji f dengan pengambilan data dari tabel Anova. Hasil uji simultan yang menunjukkan bahwa nilai F hitung ialah sebesar 94,735 sedangkan nilai F tabel ialah sebesar 3.09. Sehingga F hitung lebih besar dari F tabel. Kemudian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Retargeting* dan Promosi secara signifikan positif memengaruhi Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *retargeting*, promosi, keputusan pembelian

ABSTRACT

Adriyanti Suci Hidayat (1178020009) : “The Effect of Retargeting and Promotion on Sociolla Consumer Purchase Decisions in West Bandung Regency”

Rapid technological developments are slowly changing people's behavior patterns and attitudes, especially in terms of online purchasing needs. Moreover, now technology has played a big enough role for millions of people in Indonesia to help every community activity, especially in meeting their daily needs. This is an opportunity for market players who sell their products through e-commerce.

However, during 2016-2019, one of the e-commerce sites in Indonesia, namely Sociolla, experienced a decrease in site visitors every year and of course had a negative impact on sales. Temporary suspicion is due to lack of promotion by Sociolla.

This study aims to empirically examine the effect of Retargeting and Promotion on Sociolla Consumer Purchase Decisions in West Bandung Regency.

This analysis uses independent variables, namely retargeting and promotion. The dependent variable is the purchase decision. The research sample is Sociolla consumers in West Bandung Regency. The sample was conducted using purposive sampling method. Data were collected through questionnaires that were distributed directly to Sociolla consumers in West Bandung Regency as many as 100 questionnaires.

Hypothesis testing using Partial Test or t-test by taking data from the Multiple Linear Regression table and Simultaneous Test or f-test by taking data from the Annova table. Simultaneous test results show that the calculated F value is 94.735 while the F table value is 3.09. So F count is greater than F table. Then obtained a significance value of 0.000 which means less than 0.05. So H_0 is rejected and H_a is accepted. That is, the results of this study indicate that retargeting and promotion significantly positively affect purchasing decisions.

Keywords: retargeting, promotion, purchase decision