

ABSTRAK

PENGARUH PEMASARAN *ONLINE* DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA DALAM MEMILIH INSTITUT INFOMATIKA DAN BISNIS (IIB) DARMAJAYA BANDAR LAMPUNG

Oleh
Endang Wakinah

Pemasaran digital adalah pemanfaatan media elektronik oleh pemasar untuk mempromosikan produk atau jasa ke pasar. Tujuan utama dari pemasaran digital adalah menarik pelanggan dan memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan merek melalui media digital, Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya Bandar Lampung merupakan sebagai salah satu Pergurua Tinggi Swasta di Lampung yang berbasis Informatika dan Bisnis, didalamnya terdapat 7 (tujuh) Program Studi Yaitu, Manajemen, Akuntansi, Teknik Informatika, Sistem Komputer, Sistem Informasi, Manajemen Informatika dan Teknik Komputer, yang lebih mengedepankan dalam bidang informasi dan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran *online* dan Persepsi harga terhadap keputusan mahasiswa memilih Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya Bandar Lampung, penelitian ini di analisis menggunakan analisis regresi linear berganda,. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari 302 jawaban responden mahasiswa aktif angkatan TA 2018/2019 Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya Bandar Lampung. Kesimpulannya adalah bahwa penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan yaitu pemasaran *online* berpengaruh secara positif terhadap keputusan mahasiswa memilih, persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa memilih, Saran yang diberikan dari penelitian ini adalah Institut Informatika dan Bisnis (IIB) Darmajaya Bandar Lampung dapat lebih kreatif dan menarik dalam melakukan pemasaran *online* dan melakukan pelayanan yang terbaik agar mahasiswa mendapatkan apa yang mereka harapkan dari harga yang telah mereka bayar.

Kata kunci: Pemasaran *Online*, Persepsi Harga dan Keputusan Memilih

ABSTRACT

THE EFFECT OF ONLINE MARKETING AND PRICE PERCEPTION OF STUDENT DECISIONS IN CHOOSING INFOMATICS AND BUSINESS INSTITUTE (IIB) OF DARMAJAYA BANDAR LAMPUNG

**By
Endang Wakinah**

Digital marketing is the use of electronic media by marketers to promote products or services to the market. The main purpose of digital marketing is to attract customers and enable them to interact with brands through digital media, the Institute of Informatics and Business (IIB) Darmajaya Bandar Lampung is one of the leading private tertiary education institutions in Lampung which based on Information and Business, there are 7 (seven) major academic departments; Management, Accounting, Information Engineering, Computer Systems, Information Systems, Information Management and Computer Engineering, which are more advanced in the field of information and business. This study aims to determine the effect of online marketing and price perception on the decision of students to choose Darmajaya Bandar Lampung Institute of Informatics and Business (IIB), this study was analyzed using multiple linear regression analysis. The data used in this study were obtained from 302 respondents answers as collage students in the active class of FY 2018/2019 Darmajaya Bandar Lampung Institute of Informatics and Business (IIB). The conclusion is that this study supports the proposed hypothesis that online marketing has a positive effect on student decision to choose, price perception has a positive effect on students' decision to choose, Suggestions given from this research are Darmajaya Bandar Lampung Institute of Informatics and Business (IIB) can be more creative and interesting in using online marketing and doing the best service so students can get what they expect from the price they have paid.

Keywords: Online Marketing, Price Perception and Decision to Choose