

ABSTRAK

Rifa Fauziah 188020068. Pengaruh Pemasaran *Online* terhadap *Brand Image* dan Kepercayaan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung- Jawa Barat) Pembimbing I : Dr. H. Juanim, SE.,M.Si, Pembimbing II : Dr. H. Undang Juju, SE.,MP. Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Pascasarjana Universitas Pasundan.

Pemasaran *online* atau disebut juga sebagai *internet marketing* dan sebagian orang menyebutnya iklan *online*. Dalam hal ini medium yang digunakan adalah internet. untuk berinovasi terus-menerus produk atau jasa dapat lebih mudah ditemukan di internet. FEB Unpas melakukan pemasaran *online* melalui media *online* atau media yang bisa diakses dengan Internet untuk meningkatkan *brand image* dan kepercayaan mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh pemasaran *online* terhadap *brand image* dan kepercayaan mahasiswa (studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung-Jawa Barat). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 108 responden dari mahasiswa aktif tahun angkatan 2020. Metode yang digunakan dengan analisis jalur, hasil analisis menunjukkan bahwa pemasaran online berpengaruh terhadap *brand image* sebesar 66,4% dan *brand image* berpengaruh terhadap kepercayaan mahasiswa sebesar 61,1% serta pemasaran *online* berpengaruh terhadap kepercayaan mahasiswa melalui *brand image* sebesar 67,5% dan sisanya oleh variable lain.

Kata kunci: Dimensi Pemasaran *Online*, *Brand Image*, Kepercayaan Mahasiswa.

ABSTRACT

Rifa Fauziah 188020068. The Influence of Online Marketing on Brand Image and Student Trust (Study on Students of the Faculty of Economics and Business, University of Pasundan Bandung-West Java) Advisor I : Dr. H. Juanim, SE., M.Si, Advisor II : Dr. H. Undang Juju, SE., MP. Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Pascasarjana Universita Pasundan.

Online marketing or also known as internet marketing and some people call it online advertising. In this case the medium used is the internet. to innovate constantly products or services can be more easily found on the internet. FEB Unpas conducts online marketing through online media or media that can be accessed by the Internet to increase the brand image and trust of students.

This study aims to obtain empirical evidence regarding the effect of online marketing on brand image and student trust (study on students of the Faculty of Economics and Business, Pasundan University, Bandung-West Java). The sample in this study was 108 respondents from active students in the class of 2020. The method used was path analysis, the results of the analysis showed that online marketing had an effect on brand image of 66.4% and brand image had an effect on student trust of 61.1% and marketing online influence on student trust through brand image by 67.5% and the rest by other variables.

Keywords: Dimensions of Online Marketing, Brand Image, Student Trust.

