

ABSTRAK

PENGARUH PEMANFAATAN SOCIAL NETWORK TERHADAP STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI KALANGAN MAHASISWA PELAKU UMKM

(SURVEI KEPADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP
UNIVERSITAS PASUNDAN ANGKATA 2017, 2018, DAN 2019)

Wakat

Pembimbing: Prof. Dr. H. Rully Indrawan, M.Si
Yudho Ramafrizal, S.Pd., M.Pd.

Pemanfaatan *social network* berpengaruh terhadap strategi pemasaran digital di kalangan mahasiswa pelaku UMKM. Kurangnya kesadaran akan potensi jejaring sosial sebagai jembatan untuk membantu memasarkan produk disamping untuk melakukan komunikasi. Pemanfaatan mengenai *Social network* atau jejaring sosial bisa menjadi ladang untuk memperluas pangsa pasar produknya dengan menerapkan *strategy digital marketing* dalam usahanya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan *social network* terhadap strategi pemasaran digital di kalangan mahasiswa pelaku UMKM pada angkatan 2017, 2018, dan 2019. Penelitian ini menggunakan, jenis penelitian deskriptif, pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan survey. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu berupa kuesioner dengan jumlah populasi sebanyak 70 mahasiswa. Analisis data yang di gunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS versi 25. Hasilnya diatas hasil pengujian hipotesis (H) Motivasi Belajar memiliki nilai t hitung $>$ t tabel ($6,440 > 1,66691$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,050$ (nilai toleransi α), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Kata kunci: *social network*, strategi pemasaran digital