

ABSTRAK

Fina Syamrotul Fitri, Nim. 3402180261 Pengaruh *E-Marketing Mix* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Toko Besi Mega Baja Bogor). Dibawah Bimbingan Dr. H. Oyon Saryono, M.M. (Pembimbing I) Dan Faizal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M (Pembimbing II)

Pada dasarnya dalam sebuah perusahaan yang bergerak dalam penjualan besi sering kali terjadi permasalahan diantaranya yaitu selisih stok barang. antara bagian Gudang dan bagian marketing atau admin dikarenakan salah memasukan jumlah stok barang dan pengeluaran barang. bisa juga terjadi karena dalam pengiriman barang tidak sesuai dengan surat jalan beberapa item. Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *e-marketing mix* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (suatu studi pada toko besi mega baja bogor) permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini : bagaimana pengaruh *e-marketing mix* terhadap keputusan pembelian konsumen mega baja bogor?; bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen mega baja bogor?; bagaimana pengaruh *e-marketing mix* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen mega baja bogor?; Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis ; pengaruh E-Marketing mix terhadap keputusan pembelian konsumen Mega Baja Bogor ; pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Mega Baja Bogor ; pengaruh E-Marketing mix dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Mega Baja Bogor. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Dengan jumlah populasi 460 dan sampel nya sebanyak 82 orang konsumen. Sedangkan penggunaan analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien korelasi berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis menggunakan uji signifikan (uji t) dan (uji f). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *E-Marketing Mix* terhadap keputusan pembelian pada toko besi Mega Baja Bogor adalah sebesar 0,725 dinyatakan keeratannya kuat dan adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mega Baja Bogor dengan persentase 52,56%.; Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Mega Baja Bogor adalah sebesar 0,814 dinyatakan keeratannya sangat kuat dan adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mega Baja Bogor dengan persentase 66,26%.; *E-Marketing Mix* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 0,816 dinyatakan keeratannya sangat kuat dan adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mega Baja Bogor dengan persentase 66,59%.

Kata Kunci : *E-Marketing Mix* , Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian