

**Internet Marketing : Pengaruh Pelaksanaan Program Periklanan Melalui Internet dan Pemasaran Melalui Email terhadap Pemrosesan Informasi Periklanan dalam E-Commerce serta Implikasinya terhadap Keputusan Pembelian pada PT. President Furniture**

**MIFTAQUN NUR RAMADHAN**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,  
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : [ibenk.bkr@gmail.com](mailto:ibenk.bkr@gmail.com)*

**ABSTRAK**

Perusahaan yang ingin berkembang dan selalu maju atau paling tidak tetap bertahan hidup (survive) harus selalu berinovasi dan berkreasi sesuai kebutuhan dan perkembangan zaman. Karena dengan terus berkarya, akan muncul ide-ide baru dan gagasan yang lebih canggih untuk selalu berkembang untuk lebih baik.

Peneliti tertarik dengan adanya perkembangan baru dari dunia IT yang mengangkat tidak hanya sektor pemasaran tapi hampir semua lini. Pendapat tentang pengaruh program periklanan melalui internet, pemasaran melalui email dan pemrosesan informasi dalam meningkatkan keputusan pembelian. Penelitian dilaksanakan pada bulan Oktober 2011 sampai Februari 2012 di PT.President Furniture Kota Jepara. Pengambilan lokasi di PT.President Furniture karena PT.President Furniture merupakan salah satu dari produsen besar furniture di Indonesia yang sudah terdepan dengan strategi Internet Marketingnya.

Peneliti melakukan survey dengan menggunakan media kuesioner dan menyebarkan kuesioner pada 100 responden. Teknik sampel yang dipakai menggunakan metode accidental sampling. Pengolahan data menggunakan SPSS versi 19. Hasil yang didapatkan, kuesioner dinyatakan valid dan reliabel sehingga dapat melakukan uji berikutnya yaitu uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, normalitas dan autokorelasi dinyatakan tidak adanya gejala dan pengolahan data dilanjutkan. Dengan metode regresi linier menyatakan variabel program periklanan, pemasaran email dan pemrosesan informasi ada pengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel yang paling dominan adalah pemrosesan informasi lalu program periklanan dan pemasaran email. Koefisien determinasi mendapatkan hasil sebesar 69,9 % variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Kata kunci: Program Periklanan, Pemrosesan Informasi, Pemasaran Email dan Keputusan Pembelian

Kata Kunci :

**Internet Marketing: The Influence of the Implementation of Advertising Program by Internet and Marketing by Email on The Advertising Information Processing in E-Commerce and its Implication on the Purchasing Decision at PT President Furniture**

**MIFTAQUN NUR RAMADHAN**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,  
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : [ibenk.bkr@gmail.com](mailto:ibenk.bkr@gmail.com)*

**ABSTRACT**

Companies that want to expand and always forward or at least survive must constantly innovate and be creative according to your needs and the times. Due to continue working, will appear new ideas and a more sophisticated idea to always evolve for the better.

Researchers interested in the new development of the IT world which not only lifted the marketing sector but almost all fronts. Opinions about the impact of the program through internet advertising, email marketing and processing of information in improving the purchasing decision. The research was conducted in October 2011 until February 2012 in PT.President Jepara City Furniture. Taking location in PT.President Furniture because PT.President Furniture is one of the major furniture manufacturers in Indonesia that has been leading the Internet marketing strategies.

Researchers conducted a survey using questionnaires media and distributed questionnaires to 100 respondents. Engineering samples are used accidental sampling method. Processing data using SPSS version 19. The results obtained, expressed valid and reliable questionnaire that can do the next test is the classic assumption test. Classical assumption test that includes testing multicollinearity, heteroscedasticity, normality and autocorrelation revealed no symptoms and data processing continues. With linear regression method declared variable advertising programs, email marketing and processing of information affect your purchasing decision. Most dominant variable is the processing of information and program advertising and email marketing. The coefficient of determination of 69.9% matches the independent variables affect the dependent variable.

Keywords: Advertising Programs, Information Processing, Email Marketing and Purchasing Decisions

Keyword :