

**Pengaruh Pemasaran Online Dan Inovasi Layanan
Terhadap Keputusan Pembelian**
(Studi Kasus Produk *Love Bird* SimbahBF)

ABSTRAK

Oleh:
Vatria Ari Pradana

Dosen Pembimbing :
Chusnul Rofiah, SE., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemasaran online dan inovasi layanan terhadap keputusan pembelian *love bird* di SimbahBF. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif eksplanatori. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Dalam pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dan *accidental sampling*, dengan jumlah sampel 100 responden yang berpopulasi di IG SimbahBF yang berjumlah 14.800 *followers*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari keseluruhan responden Produk Pemasaran Online berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk *love bird* SimbahBF. Menariknya pemasaran online dapat dilihat dari audio visual. Audio visual merupakan ujung tombak dalam pemasaran online yang langsung berhubungan langsung dengan konsumen karena produk SimbahBF tercermin dalam audio visual yang diposting di Instagram. Produk Inovasi Layanan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian produk *love bird* SimbahBF. Menariknya inovasi layanan di SimbahBF dapat dilihat dari layanan konsultasi, warna produk *love bird* dan suara aduan. Berawal dari konsultasi mulai dari bagaimana cara merawat *love bird* yang baik sehingga menjadi *love bird* yang unggul, ini lah yang membuat konsumen tertarik akan rahasia dibalik pemeliharaan *love bird*.

Kata Kunci : *pemasaran online, inovasi layanan, love bird*

**Effects of Online Marketing and Service Innovation
Against Purchasing Decisions
(Case Study of Love Bird SimbahBF Product)**

ABSTRACT

**Oleh :
Vatria Ari Pradana**

**Dosen Pembimbing :
Chusnul Rofiah, SE., MM**

This study aims to determine the effect of online marketing and service innovation on the love bird purchase decision at SimbahBF. The method used in this research is descriptive explanatory method. Analysis of the data used is multiple linear regression analysis. In sampling using non-probability sampling and accidental sampling techniques, with a sample of 100 respondents who have a population of IG SimbahBF, amounting to 14,800 followers.

The results of this study indicate that the overall respondents of Online Marketing Products have a positive effect on the Purchasing Decision of SimbahBF's love bird products. Interestingly online marketing can be seen from audio visual. Audio visual is the spearhead in online marketing that is directly related to consumers because SimbahBF products are reflected in audio visuals posted on Instagram. Product Innovation Services have a positive effect on the decision to purchase SimbahBF's love bird products. Interestingly the service innovation at SimbahBF can be seen from the consulting services, the love bird product colors and the sound of complaints. Starting from a consultation starting from how to care for a good love bird so that it becomes a superior love bird, this is what makes consumers interested in the secret behind the maintenance of love birds.

Keywords : online marketing, service innovation, love bird