

## Pengaruh pemasaran online terhadap minat konsumen menjadi siswa English First cabang Taman Mini = The effect of online marketing toward customer intention to be a student of English First Taman Mini

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20367463&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

[Pemasaran online digunakan sebagai sarana promosi dan penjualan saat ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pemasaran online terhadap minat menjadi siswa. Penelitian ini memfokuskan pada lembaga kursus bahasa Inggris yang telah dikenal yaitu English First pada cabang Taman Mini. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan penarikan sampel probabilitas melalui data base lembaga kursus, sebanyak 100 responden. Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara pemasaran online dan minat konsumen menjadi siswa di EF Taman Mini. Dimensi Stimuli Website menjadi faktor yang paling mempengaruhi minat menjadi siswa EF, Sedangkan dimensi performa produk menjadi faktor dengan nilai terendah dibandingkan ke empat dimensi lainnya. Penulis menyarankan untuk meningkatkan pengetahuan konsumen akan keunggulan produk EF., Nowadays online marketing is used as a tool of promotion and selling. The purpose of this study is to determine the effect of the intention in online marketing toward the intention of people to become students . This study focuses on English language course institution that has been known, English First at Taman Mini branch. The method used is the quantitative one, with probability sampling through the data base of the course institution , of 100 respondents. Hypothesis testing result in this study indicates that a significant difference between online marketing and consumer interest to become student in EF Taman Mini. Website stimuli is the most influencing factor for a customer to become an EF student, while dimension of product performance is the factor with the lowest value compared to the other four dimensions. The writer suggests the customers to increase consumer knowledge of the excellence of EF's products.]