

ABSTRAK

Ayu Afira, 2023. “*Pengaruh Digital Marketing Melalui Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Y.O.U (Studi Kasus Mahasiswa IAIN Palopo)*”
Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi
Bisnis dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Di
bombing oleh Muh. Shadri Kaharmuang.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh *digital marketing* melalui aplikasi shopee terhadap minat beli produk kosmetik Y.O.U (Studi kasus mahasiswa IAIN palopo). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* terhadap minat beli, untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* terhadap aplikasi shopee, dan untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* melalui aplikasi shopee terhadap minat beli produk kosmetik y.o.u.

Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket skala likerst. Sampel yang digunakan yaitu seluruh mahasiswa IAIN Palopo yang menggunakan aplikasi shopee terhadap produk kosmetik Y.O.U.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh *digital marketing* X terhadap minat beli Y dengan nilai signifikan artinya terdapat pengaruh *digital marketing* melalui minat beli sehingga H0 ditolak H1 diterima. Terdapat pengaruh *digital marketing* X terhadap aplikasi shopee Z artinya terdapat pengaruh antara *digital marketing* terhadap aplikasi shopee H0 ditolak H2 diterima. dan Terdapat pengaruh antara X melalui Z terhadap Y hal ini ditunjukkan pada hasil koefisien determinasi dimana nilai koefisien korelasi sebesar 0,767 atau setara dengan 76,7%. sehingga H0 ditolak H3 diterima. Kemudian sebesar 24,3% lainnya tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata Kunci : *Digital Marketing*, Minat Beli