

## **PENGARUH SALURAN MEDIA DIGITAL TERHADAP PEMASARAN E-COMMERCE B TO C UMKM KSJ OFFICIAL DI YOGYAKARTA**

### **Abstrak :**

Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian masyarakat pengguna saluran media digital yang telah melihat iklan KSJ Official pada saluran media digital. Alamat KSJ Official berada di Kecamatan Kalasan, Kabupaten Sleman, DIY. Penelitian ini dimulai pada 9 September 2021. Penelitian ini bertujuan untuk : (1) Mengetahui Pengaruh Saluran media digital yang terdiri dari *Search Engine Marketing (SEM)*, *Online PR (Public Relation)*, *Online Partnership*, *interactive Advertising*, *Social media marketing* berpengaruh secara bersama-sama terhadap pemasaran *E-Commerce B to C* pada UMKM KSJ Official, (2) Mengetahui Pengaruh saluran media digital yang terdiri dari *Search Engine Marketing (SEM)*, *Online PR (Public Relation)*, *Online Partnership*, *interactive Advertising*, *Social media marketing* berpengaruh secara parsial terhadap pemasaran *E-Commerce B to C* pada UMKM KSJ Official. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 responden yang aktif menggunakan saluran media digital. Metode pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling karena peneliti mengambil sampel dengan kriteria tertentu. Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Adapun jenis pengambilan datanya menggunakan kuesioner. Metode analisis data dalam penelitian ini yaitu regresi linear berganda dengan dibantu aplikasi SPSS dan MS. Excel. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Saluran media digital yang terdiri dari *Search Engine Marketing (SEM)*, *Online PR (Public Relation)*, *Online Partnership*, *interactive Advertising*, *Social media marketing* berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap pemasaran *E-Commerce B to C* pada UMKM KSJ Official. *Search Engine Marketing (SEM)*, *Online Partnership*, *interactive Advertising*, *Social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemasaran *e-commerce* KSJ Official di Yogyakarta dan *Online PR (Public Relation)* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pemasaran *e-commerce* KSJ Official di Yogyakarta.

**Kata Kunci:** Saluran media digital, Pemasaran, *E-Commerce*, Regresi Linier Berganda.