

Model manajemen pemasaran bersama berbasis internet dalam upaya meningkatkan sistem penjualan produk masyarakat desa di Kabupaten Serang

Deviyantoro, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20496099&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menghasilkan suatu model manajemen pemasaran, hasil inovasi berupa cara pengelolaan pemasaran bersama produk unggulan desa berbasis internet. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengatasi kebuntuan pemasaran produk desa yang kurang luas dan sering terjebak oleh sistem makelar pemasaran. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian dan pengembangan (research and development). Dan berdasarkan hasil pengamatan serta analisis data penelitian menunjukkan bahwa pengujian hipotesis atas penerapan model yang dilakukan secara terbatas hanya pada 2 kecamatan dihasilkan nilai thitung sebesar 22.130, yang selanjutnya nilai tersebut dibandingkan dengan nilai t tabelnya dengan $dk = n_1 + n_2 - 2 = 3 + 4 - 2 = 5$. dengan derajat kebebasan (dk) = 5 dan taraf kesalahan sebesar 5%, maka sesuai dengan kriteria uji yang telah ditentukan hasil hipotesis komparatif atas model pemasaran online ini adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($22.130 > 2.21$) sehingga maknanya adalah terdapat perbedaan secara signifikan efektifitas kinerja penjualan produk masyarakat desa di kecamatan Waringin Kurung dan Kecamatan Keramatwatu sebelum dan setelah penerapan model Pemasaran bersama berbasis Internet.