

Abstrak

Skripsi memiliki judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat untuk Menggunakan Pemasaran Internet di Indonesia“, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas pada niat untuk menggunakan pemasaran internet di Indonesia. Jenis dari penelitian ini yaitu bersifat kualitatif dengan menggunakan jenis data primer yang didapatkan melalui kuisioner yang disebar menggunakan media sosial. Metode yang digunakan adalah deskriptif dengan metode regresi linier berganda. Dengan data yang digunakan yaitu di Indonesia. Hasil dari pengolahan data adalah harapan kinerja tidak berpengaruh pada niat menggunakan pemasaran internet di Indonesia, dan harapan usaha tidak berpengaruh pada niat menggunakan pemasaran internet di Indonesia, sedangkan pengaruh sosial berpengaruh pada niat menggunakan pemasaran internet di Indonesia, dan kondisi fasilitas berpengaruh pada niat menggunakan pemasaran internet di Indonesia.

Kata kunci : Pemasaran Internet, UTAUT, Harapan Usaha, Harapan Kinerja, Pengaruh Sosial, dan Kondisi Fasilitas