

ABSTRAK

PENGARUH *INFLURCER* DAN *CONTENT MARKETING* TERHADAP MINAT MENDAFTAR MAHASISWA DI INSTITUT INFORMATIKA DAN BISNIS DARMAJAYA

Oleh:

Feri Sugiyanto

Pengaruh influencer dan content marketing terhadap minat mendaftar mahasiswa di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya dari tahun ke tahun yang semakin bersaing dengan universitas negeri karena semakin banyak jalur masuk yang di buka oleh universitas negeri untuk mendapatkan mahasiwa baru yang berdampak pada menurunnya penerimaan mahasiswa baru di kampus swasta. Tujuan dari di laksanakanya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh influencer dan content marketing terhadap minat mendaftar mahasiswa di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya dengan menggunakan penelitia kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan suatu fenomena. Hasil dari penelitian ini variabel influencer, content marketing berpengaruh terhadap minat mendaftar di Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

Kata Kunci: *Influrcer Dan Content Marketing Terhadap Minat Mendaftar*