

## ABSTRAK

Ahmad Anwar Hadi, 2022. Pengaruh Ketepatan Pemilihan Media Pemasaran Online Terhadap Penjualan Produk. Skripsi. Prodi Pendidikan Akuntansi, “Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Gunung Rinjani” (dibimbing oleh Sulaiman, S.E., M.Pd., M.M dan Ahmad Busyairi S.E., M.M)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Ketepatan Pemilihan Media Pemasaran Online Terhadap Penjualan Produk pada pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Sembalun.

Penelitian ini merupakan penelitian Tindakan dengan subjek penelitian UMKM Sembalun dengan sampel 23 orang informan. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sementara teknik analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif, yaitu adapun tahapan metode penelitian yang akan dilakukan adalah 1) menentukan masalah dan potensi awal, 2) penilaian masalah dan alternative tindakan, 3) perumusan masalah berdasarkan tindakan yang ditetapkan, 4) melakukan kajian teori, 5) merumuskan hipotesis tindakan, 6) menguji hipotesis tindakan dengan 2 siklus, 7) analisis data berdasarkan 2 siklus, 8) penarikan kesimpulan dan saran.

Tahap pengujian hipotesis tindakan dilakukan melalui beberapa kegiatan : perencanaan, pelaksanaan, pengamatan, dan refleksi. Kegiatan pengujian ini dilakukan melalui beberapa siklus karena bila pada siklus pertama telah berhasil maka akan dilanjutkan pada siklus ke dua untuk menguji konsistensi tindakan yang dilakukan, bila pada pengujian siklus pertama belum berhasil maka setelah dilakukan refleksi selanjutnya perencanaan diperbaiki dan dilakukan pengujian pada siklus ke dua.

**Kata Kunci:** Ketepatan Pemilihan media, Penjualan Produk