

## **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara umum mengenai perkembangan pemasaran di bidang pendidikan pada jenjang Perguruan tinggi. Dalam meningkatkan minat konsumen untuk mendaftar ke Telkom University, SMB Telkom University menggunakan *Online Marketing Tools* seperti *Website, Email, Facebook, dan Twitter* sebagai alat pemasarannya dan dapat memudahkan konsumen untuk mengetahui informasi mengenai Program study, biaya pendidikan, cara pendaftaran, dan informasi lainnya yang berkaitan dengan Telkom University. Metode penelitian yang digunakan dengan jenis penelitian deskriptif dan data kuantitatif dimana menggunakan data primer sebagai data utama yang digunakan dalam penelitian. Data primer yang digunakan adalah kuesioner. Hasil dari penelitian ini adalah H1 diterima dan H0 ditolak dimana H1 *Online Marketing Tools* memiliki pengaruh yang signifikan dengan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: *Online Marketing Tools, purchasing decisions*

