

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh aktivitas promosi media sosial facebook terhadap *brand image* produk pada PT. Campina Ice Cream Industry, dilatarbelakangi karena saat ini teknologi informasi seperti media sosial facebook efektif dalam menunjang aktivitas pemasaran. Campina merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan facebook sebagai media promosi. Pada facebook *statistics* es krim Campina berada dalam urutan kedua yang memiliki *fans* sebanyak 38.381. Sosial media *marketing* sangat penting dalam mengoptimalkan promosi bisnis untuk meningkatkan *brand image* perusahaan. Saat ini Campina merupakan TOP brand kedua es krim. Untuk itu PT. Ice Cream Campina Industry diharapkan dapat melakukan strategi promosi penjualan melalui facebook yang efektif dalam memantapkan *brand image* PT. Ice Cream Campina Industry di benak konsumen. Dengan menguji seberapa besar promosi media sosial facebook mempengaruhi *brand image*.

Data diperoleh dengan cara menyebar kuesioner kepada responden yang merupakan mahasiswa/i aktif konsumen pengguna produk Campina di Universitas Telkom. Alpha yang digunakan adalah 10%, sehingga jumlah sampel sebanyak 100 orang responden dengan menggunakan rumus bernouli. Analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier sederhana dan uji t.

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel promosi media sosial facebook berpengaruh signifikan terhadap variabel *brand image* sebesar 32,8%. Disarankan agar PT. Ice Cream Campina Industry memperbaiki atau menyempurnakan peningkatan promosi media sosial facebook yang selalu mengupdate kiriman promosi untuk menarik perhatian khalayak yang lebih banyak melalui *brand image* dengan menjalin membangun komunitas lebih efektif dan berkelanjutan dalam berbagai tindakan penyebaran informasi

Kata kunci: sosial media, facebook, *brand image*

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of promotion activities on the facebook social media brand image of the product on the PT. Campina Ice Cream Industry, background for the current information technology such as social media facebook effective in supporting marketing activities. Campina is one of the companies using facebook as a promotional medium. On facebook statistics ice cream Campina are in second place that has as many as 38 381 fans. Social media marketing is essential in optimizing business promotion to increase the company's brand image. Currently TOP Campina is the second brand of ice cream. For the PT. Campina Ice Cream Industry is expected to conduct sales promotion strategies through effective facebook solidified brand image PT. Campina Ice Cream Industry in the minds of consumers. By examining how big social media promotion facebook affect brand image.

Data obtained by spreading the questionnaire to respondents who are students / i active consumer product users Campina at the University of Telkom. Alpha used was 10%, so the total sample of 100 respondents using the formula bernouli. Analysis of the data used is simple linear regression test and t test.

The research proves that social media facebook promotion variables significantly influence brand image variables by 32.8%. It is recommended that PT. Campina Ice Cream Industry to improve or enhance the increase in social media promotions are always updating facebook submissions promotions to attract more audience attention through building brand image by promoting more effective and sustainable communities in a variety of measures of information dissemination

Keywords: social media, facebook, brand image