

ABSTRAK

Indonesia mengalami peningkatan dalam penggunaan jasa kurir, meskipun begitu Lion Parcel yang berada di Kabupaten Bandung mengalami penurunan penghasilan yang cukup signifikan. Melihat fenomena ini peneliti mengambil ketertarikan terhadap strategi pemasaran perusahaan. Kesuksesan sebuah perusahaan bergantung pada pemasaran yang baik dan efektif. Maka dari itu sekarang perusahaan mencari cara untuk meraih konsumen baru, salah satu metode pemasaran yang digunakan adalah pemasaran sosial media.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh dari pemasaran sosial media terhadap minat beli konsumen pada Lion Parcel Bojongsoang melalui teknik analisis SPSS.

Menggunakan metode penelitian regresi linear berganda untuk mencari hubungan dari pemasaran media sosial terhadap minat beli konsumen. Sampel yang dipilih untuk penelitian merupakan pengguna jasa kurir yang bertempat di Kabupaten Bandung Uji validitas dan reliabilitas dilakukan pertama-tama untuk mengetahui apakah pertanyaan penelitian tersebut valid dan reliabel kemudian dapat dilanjutkan untuk pengumpulan sampel. Setelah sampel didapat sesuai dengan kebutuhan penelitian, dapat dilanjutkan untuk melakukan pengolahan data menggunakan metode regresi linear berganda.

Hasil temuan penelitian menunjukkan adanya pengaruh pemasaran sosial media terhadap minat beli konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa dengan melakukan strategi pemasaran sosial media minat beli konsumen dapat meningkat

Pada akhir penelitian ini, peneliti akan memberikan saran praktis yang dapat dijadikan acuan perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran mereka serta aspek pemasaran sosial media apa saja yang dapat meningkatkan minat beli konsumen lion Parcel. Selain itu juga peneliti akan menyertakan saran akademisi yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian kedepannya. Saran yang diberikan diantaranya merupakan perbaikan dari kesalahan yang dapat dihindari oleh penelitian selanjutnya.

Kata Kunci: Pemasaran, sosial media, pemasaran digital, minat beli konsumen.