

ABSTRAK

Digitalisasi dapat menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam menjalankan proses bisnis suatu perusahaan. Indonesia menempati urutan keenam penetrasi media sosial di Asia Tenggara per Januari 2021. Platform media sosial yang paling menonjol di tahun 2021 adalah Facebook, Youtube, WhatsApp, Instagram, dan FB Messenger. Toko emas Sinarmas juga menggunakan media sosial untuk mempromosikan pemasaran dalam mempromosikan bisnis mereka. Ada fenomena dimana terjadi peningkatan penjualan emas sebesar 20-30 persen selama PPKM. Toko emas Sinarmas memiliki tantangan penurunan penjualan produk perhiasan emas pada Juni-September 2021, sehingga berlomba-lomba meningkatkan promosi melalui pemasaran media sosial.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh social media marketing terhadap niat beli dan juga pengaruhnya terhadap loyalitas merek pada toko emas Sinarmas. Dengan memanfaatkan teknologi media sosial digital untuk meningkatkan promosi melalui platform Instagram, Facebook dan WhatsApp.

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuantitatif pada toko emas sinarmas. Sampel dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan menggunakan rumus Bernoulli yaitu 400 responden yang mengikuti salah satu media sosial (Instagram, WhatsApp, Facebook) toko emas Sinarmas. Pengambilan data responden menggunakan Google form. Dengan menggunakan analisis deskriptif dan metode Partial Least Square (PLS) menggunakan software SmartPLS 3.

Hasil penelitian ini adalah ada pengaruh positif social media marketing terhadap niat beli dan loyalitas merek serta ada pengaruh positif antara niat beli dan loyalitas merek. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, pemasaran media sosial berada pada kategori baik, sedangkan niat beli dan loyalitas merek berada pada kategori sangat baik.

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah minat pembeli dalam mendukung terwujudnya toko emas Sinarmas yang maju dalam pemasaran produk melalui platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp dan Facebook. Dan penelitian ini dapat menambah wawasan dalam penelitian ilmiah manajemen pemasaran.

Kata kunci: Pemasaran Media Sosial, Niat Beli, Loyalitas Merek, toko emas Sinarmas.