

**EFEKTIFITAS PROMOSI MELALUI SOSIAL MEDIA
INSTAGRAM TOKO PRILLY BUSANA KOTA
PEKANBARU**

*(Efektifitas the promotion through social media instagram
the prilly fashion the city of Pekanbaru)*

SKRIPSI



OLEH
OCI SRI WAHYUNI
1561201149

MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS LANCANG KUNING
PEKANBARU
2019**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas sosial media instagram sebagai media promosi pada produk busana muslim. Apakah terdapat hubungan korelasi signifikansi antara followers dan promosi sosial media terhadap keefektifitasan promosi busana muslim melalui instagram.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penggunaan Instagram sebagai media promosi produk busana muslim. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus.

*Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang didukung dengan data kualitatif dan diikuti oleh 75 orang responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa website dan Instagram hanya efektif untuk menarik perhatian (*attention*), dan menarik keingintahuan (*interest*), sedangkan dalam menarik keinginan (*desire*) dan juga tindakan (*action*) masih kurang.*

*Jumlah follower akun prillybusana mencapai 2.900 Followers, 2.900 Followers ini kemudian dijadikan peneliti sebagai populasi dalam penelitian. ukuran sampelnya menjadi : **Total sampel = 5 x 15 = 75 responden**. Dengan demikian maka jumlah sampel atau responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 orang.*

Media online yang paling efektif ialah sosial media instagram dengan jumlah lebih tinggi dibandingkan dengan media sosial youtube dan facebook. Hasil penelitian ini dinyatakan bahwa efektifitas promosi melalui sosial media online sudah cukup efektif untuk menarik perhatian dan minat konsumen.

Instagram adalah sosial media berbagi foto yang mulai banyak digunakan untuk kepentingan komunikasi pemasaran dengan ciri khasnya yang mengedepankan pesan visual dan interaktivitas yang tinggi. Pemasaran menggunakan sosial media sedang populer khususnya di bidang produk busana muslim.

Kata kunci : AIDA dan efektifitas promosi