

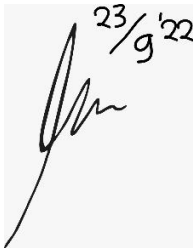
**PENERAPAN *SOSIAL MEDIA MARKETING* MENGGUNAKAN
INSTAGRAM PADA PRODUK APLIKASI HAITOKO PT CEK SATU
BANGSA SEMARANG**

Sekarkinasih

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di Haitoko di Kota Semarang. Haitoko merupakan perusahaan jasa berbasis aplikasi di bidang e-commerce yang dikembangkan oleh PT Cek Satu Bangsa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan *Sosial Media Marketing* menggunakan media sosial Instagram Haitoko pada PT Cek Satu Bangsa di Kota Semarang, terhadap *followers* akun instagram Haitoko yang berdomisili di Kota Semarang. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif menggunakan *arithmetic mean*. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling* sebanyak 90 responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen penelitian meliputi uji validitas, uji reliabilitas dan *arithmetic mean*. Data tersebut diolah menggunakan program analisis statistik yaitu aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 23.

Kata kunci: Penerapan, *Sosial Media Marketing*, *Instagram*



Handwritten signature and date: 23/9'22

**IMPLEMENTATION OF SOCIAL MEDIA MARKETING USING
INSTAGRAM ON PT CEK SATU BANGSA SEMARANG HAITOKO
APPLICATION PRODUCTS**

Sekarkinasih

Abstract

This research was conducted in Haitoko in Semarang City. Haitoko is an application-based service company in the field of e-commerce developed by PT Cek Satu Bangsa. The purpose of this study was to determine the application of Social Media Marketing using Haitoko's Instagram social media at PT Cek Satu Bangsa in Semarang City to Haitoko's Instagram account followers who are domiciled in Semarang City. The data analysis method used in this research is descriptive quantitative research method using arithmetic mean. In this study, the sampling technique used was non-probability sampling with the accidental sampling method of 90 respondents obtained from distributing questionnaires. The data analysis technique used is the research instrument test including validity test, reliability test and arithmetic mean. The data was processed using a statistical analysis program, namely the SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 23 application.

Keywords: *Application, Sosial Media Marketing, Instagram*