

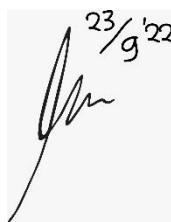
PENERAPAN DIGITAL MARKETING MELALUI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM PADA CV. WALI MOTOR DEMAK

Nisa' Fatihatul Hidayah

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di CV. Wali Motor Demak bertujuan untuk menganalisis penerapan *digital marketing* melalui sosial media *Instagram*. Wali Motor merupakan perusahaan distributor sepeda motor merek Honda. Sampel penelitian ini adalah konsumen *followers Instagram* pada bulan Maret hingga April 2022 sebanyak 312 *followers*. Jumlah sampel yang digunakan diambil dari responden, penentuan jumlah sampel berdasarkan rumus *slovin* yaitu sebanyak 76 responden. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner dan data sekunder diperoleh jurnal dan profil perusahaan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, reabilitas dan *mean arithmetic* yang dimana perolehan data diolah dengan aplikasi SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai rata-rata hitung keseluruhan indikator *context* 4.15 (S) menjadi nilai tertinggi dari indikator lainnya yang artinya konsumen menyetujui indikator *context* yang diterapkan oleh perusahaan. Pada indikator *communication* memperoleh nilai rata-rata hitung 3.00 (N) hasil pada indikator ini menjadi hasil terendah dari indikator lainnya, yang artinya konsumen netral pada indikator *communication*. Pada indikator *collaboration* memperoleh nilai rata-rata hitung 3.67 (S) yang artinya konsumen setuju pada indikator *collaboration*. Pada indikator *connection* memperoleh nilai rata-rata hitung 3.43 (S) yang artinya konsumen setuju pada indikator *connection*. Maka rata-rata hitung keseluruhan indikator variabel media sosial 3.56 (S) yang artinya konsumen setuju dengan pernyataan indikator variabel tersebut.

Kata Kunci: *Digital Marketing, Media Sosial, Instagram.*



23/9/22

IMPLEMENTATION OF DIGITAL MARKETING THROUGH SPECIAL MEDIA INSTAGRAM IN CV. WALI MOTOR DEMAK

Nisa' Fatihatul Hidayah

Abstract

The study was conducted on CV. Wali Motor Demak and it aims to analyze the application of digital marketing through Instagram social media. Wali Motor is a honda brand motorcycle distributor company. The sample of this study was consumer Instagram followers from March to April 2022 as many as 312 followers. The samples used was taken from responden, and the determination of the number of samples based on the slovin formula was 76 respondents. Primary data collection is carried out by the method of disseminating questionnaires and secondary data are obtained journals and company profiles. The data analysis used in this study is a test of validity, reability and arithmetic mean where the data acquisition is processed with the SPSS application. The results of the analysis show that the average value of the overall calculation of the context indicator 4.15 (S) is the highest value of other indicators, which means that consumers agree to context indicators. In the communication indicator, the average value is 3.00 (N), the results on this indicator are the lowest results from other indicators, which means that consumers are neutral on the communication indicator. In the collaboration indicator, the average value is 3.67 (S), which means that consumers agree on the collaboration indicator. In the connection indicator, the average value is 3.43 (S), which means that consumers agree with the connection indicator. Then the average count of all indicators of social media variables is 3.56 (S), which means that consumers agree with the statement of the indicator variables.

Keywords: Digital Marketing, Social Media, Instagram