

## ABSTRAK

Awalia Putri Wardani, 2024, Strategi Pemasaran Menggunakan Media Sosial Sebagai Alat Promosi Dalam Menentukan Minat dan Keputusan Pembelian di Toko Mahdaly Dep Store Baruambat Kota, Kecamatan Pamekasan, Skripsi, Progam Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura ( IAIN ), Dosen Pembimbing, Ah. Shibghatullah Mujaddidi, M.A,

### **Kata kunci : Strategi Pemasaran, Media Sosial, Minat, Keputusan Pembelian**

Strategi pemasaran adalah suatu rencana untuk melakukan kegiatan pemasaran. Strategi pemasaran yang baik dapat menarik minat konsumen, mempengaruhi keputusan pembelian dan memperluas pangsa pasar. Era yang serba digital media sosial banyak dimanfaatkan sebagai media bisnis bagi para pelaku usaha, karena biaya yang relatif rendah dan waktu yang fleksibel.

Berdasarkan hal tersebut, ada tiga fokus penelitian yang menjadi kajian pokok pada penelitian ini, yang **Pertama** Bagaimana Implementasi Strategi Pemasaran Melalui Promosi di Media Sosial di Toko *Mahdaly Dep Store* Baruambat Kota, Kecamatan Pamekasan. **Kedua** Bagaimana Konten Promosi Produk di Media Sosial Terhadap Minat Konsumen di Toko *Mahdaly Dep Store* Baruambat Kota, Kecamatan Pamekasan. **Ketiga** Bagaimana Efektivitas Strategi Pemasaran Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko *Mahdaly Dep Store* Baruambat Kota, Kecamatan Pamekasan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang di peroleh melalui wawancara, Observasi atau pengamatan langsung, dan dokumentasi. Nara sumbernya yaitu konsumen, manager toko, karyawan dan kasir toko *Mahdaly Dep Store*. Pengecekan keabsahan data dilakukan dengan melalui perpanjangan pengamatan, meningkatkan ketekunan dan triangulasi data

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: **Pertama**, Implementasi strategi pemasaran melalui promosi di media sosial di toko *Mahdaly Dep Store* yaitu menggunakan strategi pemasaran digital .Strategi pemasaran digital terdiri dari. Pemasaran Konten, Pemasaran Media Sosial, Pemasaran Avialiasi. **Kedua**, Bagaimana konten promosi produk di media sosial terhadap minat konsumen di toko *Mahdaly Dep Store*. Kualitas konten yang baik dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja di toko *Mahdaly Dep Store*. Adanya pelanggan yang tertarik untuk berbelanja dan merekomendasikan produk setelah melihat postingan konten promosi dari toko *Mahdaly Dep Store* di akun media sosial. **Ketiga**, Efektivitas strategi pemasaran di media sosial terhadap keputusan pembelian di toko *mahdaly dep store*. Efektivitas dari sebuah strategi pemasaran dapat diukur dengan keterlibatan pelanggan seperti like, komen, dan share. Terdapat konsumen yang membeli produk karena sesuai dengan apa yang mereka butuhkan dan bermanfaat terdapat konsumen yang membeli produk karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang didapatkan sehingga membuat konsumen melakukan pembelian secara berulang-ulang.