

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi Melalui Sosial Media Dalam Meningkatkan Minat Beli Pelanggan Pada Senyum World Hotel” yang ditulis oleh Moh. Dzuhri Ferdiansyah, NIM. 126405202175, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan dosen pembimbing Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya strategi promosi sosial media dalam membantu Perusahaan di segala bidang termasuk bagi perusahaan yang bergerak di industri perhotelan. Tidak hanya berfungsi sebagai tempat menginap, tetapi juga sebagai bagian penting dari pengalaman wisata yang komprehensif bagi para pengunjung. Dengan memahami preferensi, kebutuhan, dan perilaku pelanggan, perusahaan dapat menyusun strategi promosi yang lebih relevan dan memadai. Senyum World Hotel memiliki strategi promosi yang efektif dalam meningkatkan minat beli pelanggan.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pelaksanaan strategi promosi melalui sosial media pada Senyum World Hotel. Ditambah penelitian ini juga bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana dampak pelaksanaan strategi promosi melalui sosial media dalam meningkatkan minat beli pelanggan pada Senyum World Hotel.

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara dengan manajer, staf, dan pelanggan hotel dan dianalisis oleh peneliti. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, artikel, jurnal dan sumber-sumber terkait. Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi pada Senyum World Hotel Batu. Pemeriksaan keabsahan temuan menggunakan triangulasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Pelaksanaan strategi promosi melalui sosial media meliputi: a) produk, menggunakan strategi promosi digital, khususnya melalui media sosial untuk menjangkau calon pelanggan secara efektif; b) harga, menawarkan paket menginap yang lengkap dengan harga yang kompetitif, serta berbagai fasilitas dan bonus tambahan; c) tempat, Pendekatan multi-platform Senyum World Hotel, yang mencakup Facebook Ads, Google Ads, website, dan Instagram; d) promosi, menggabungkan penawaran menarik, personalisasi, dan visual yang kuat. (2) dampak pelaksanaan strategi promosi melalui sosial media dalam meningkatkan minat beli pelanggan pada Senyum World Hotel yaitu: Dengan adanya strategi promosi yang efektif memiliki dampak langsung terhadap minat beli pelanggan. Promosi yang baik tidak hanya bertujuan untuk memberi informasi atau menciptakan kesadaran, tetapi juga dapat mempengaruhi persepsi dan motivasi pelanggan. Dengan memberikan insentif yang menarik, meningkatkan kesadaran, mengurangi persepsi risiko, dan meningkatkan citra merek, promosi dapat memperkuat untuk menciptakan keputusan pembelian.

Kata Kunci: Strategi Promosi; Sosial Media; Minat Beli Pelanggan; Perhotelan

ABSTRACT

Thesis with the title “Promotion Strategy Through Social Media in Increasing Customer Purchase Interest at Senyum World Hotel” written by Moh. Dzuhri Ferdiansyah, NIM. 126405202175, Department of Sharia Business Management, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung with supervisor Dr. Moh. Rois Abin, M.Pd.I.

This research is motivated by the importance of social media promotion strategies in helping companies in all fields, including for companies engaged in the hospitality industry. Not only serves as a place to stay, but also as an important part of a comprehensive tourist experience for visitors. By understanding customer preferences, needs, and behavior, companies can develop more relevant and adequate promotional strategies. Senyum World Hotel has an effective promotional strategy in increasing customer buying interest.

This research aims to describe the implementation of promotional strategies through social media at Senyum World Hotel. Plus this research also aims to describe how the impact of implementing promotional strategies through social media in increasing customer buying interest in Smile World Hotel.

This research method uses qualitative research methods with a case study approach. The data used in this study used primary data obtained from interviews with managers, staff, and hotel customers and analyzed by researchers. While secondary data is obtained from books, articles, journals and related sources. The data collection technique was carried out by means of observation, interviews and documentation at Senyum World Hotel Batu. Checking the validity of findings using triangulation

The results showed that: (1) The implementation of promotional strategies through social media includes: a) product, using digital promotion strategies, especially through social media to reach potential customers effectively; b) price, offering complete stay packages at competitive prices, as well as various additional facilities and bonuses; c) place, Senyum World Hotel's multi-platform approach, which includes Facebook Ads, Google Ads, websites, and Instagram; d) promotion, combining attractive offers, personalization, and strong visuals. (2) the impact of implementing promotional strategies through social media in increasing customer buying interest in Smile World Hotel, namely: With an effective promotional strategy, it has a direct impact on customer buying interest. A good promotion not only aims to inform or create awareness, but can also influence customer perceptions and motivations. By providing attractive incentives, increasing awareness, promotions can strengthen to create purchasing decisions.

Keywords: *Promotion Strategy; Social Media; Customer Purchase Intention; Hospitality*