**RINGKESAN**

**Ulikan ieu dijudulan "Stratégi Promosi Dina Vearst jeans Busana Ngaliwatan Sosial Madia Instagram (Studi deskriptif kualitatif dina Stratégi Promosi Ngaliwatan Media Sosial Instagram Dina Vearst Busana jeans Bandung)".**

**Ulikan ieu boga tujuan pikeun mikanyaho kumaha strategi di vearst jeans dinu Instagram média sosial pikeun ngaronjatkeun pamundut customer. Dina ulikan ieu, peneliti ngangge teori Marketing Mix (Teori Campur Marketing), ku kituna tujuan pangajaran ieu nangtukeun produk, harga, tempat, promosi anu dilakukeun ku Busana Vears jeans Bandung.**

**Pendekatan panalungtikan ieu nyaéta métode déskriptif kualitatif. Jumlah informan téh 10 (sapuluh) informan diwangun ku 1 (hiji) informan konci Nu boga Vearst jeans Busana, salapan (9) informan tambahan nyaéta pakean jeans konsumen anu memfollow Instagram Vearst Jeans média sosial vearst jeans (Mahasiswa Bandung).**

**Pendataan ieu dilakukeun ku ulikan widang (panalungtikan lapangan) jeung ulikan pustaka (panalungtikan perpustakaan). Téhnik analisis data nudigunakeun nya éta réduksi data, pintonan data jeung kasimpulan gambar/verifikasi.**

**Hasil panalungtikan strategi promosi ngaliwatan média sosial Instagram anu dilakukeun ku busana vearst jeans dina konten instagram dipikaresep konsumen sarta éféktif.**

**Produk nudisajikeun ku Busana Vearts jeans geus minuhan kaperluan pamakéna kalayan produk sarta kualitas anu sasuai jeung harga atos diatur ku busana vearst jeans, Tempat busana vearst Jeans bari ieu can strategis, atanapi promotion nungaliwatan Instagram dinu média sosial téh cukup suksés ku konten Instagram, eusi nu konsisten jeung kekinian sarta pas kanu segmentasina atawa target busana pasar vearst jeans misalna pamaké média sosial ngora Instagram sarta pamakéna ngakuan yén promotion geus nu busana vearst jeans lakukeun tos menarik jeung kekinian.**