

ABSTRAK

Bandung Kunafe merupakan suatu merek yang merepresentasikan produk makanan berupa kue sebagai kegiatan bisnis yang saat ini populer dijual di kalangan masyarakat terutama di Bandung.

Tujuan penelitian laporan penelitian yang pertama untuk mengetahui gambaran umum Bandung Kunafe. Kedua untuk mengetahui pelaksanaan promosi di media sosial Tiktok pada Bandung Kunafe. Ketiga untuk mengetahui pelaksanaan minat beli konsumen pada Bandung Kunafe. Keempat untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pemanfaatan media sosial Tiktok terhadap minat beli konsumen pada Bandung Kunafe. Metode penelitian yang digunakan menggunakan kuantitatif. Teknik Analisis Data menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Analisis Rank Spearman, Koefisien Determinasi serta Uji Hipotesis.

Hasil penelitian pada Bandung Kunafe berdasarkan perhitungan uji koefisien determinasi mendapat hasil sebesar 90% dan sisanya sebesar 10% adalah variabel terkait yang tidak diteliti seperti keputusan pembelian. Hambatan yang dihadapi Bandung Kunafe yaitu Bandung Kunafe tidak memiliki strategi khusus untuk melakukan kegiatan pemasaran pada media sosial. Bandung Kunafe tidak memiliki staff khusus untuk mengelola media sosial terutama media sosial tiktok. Menyebabkan konsep pemasaran tidak mencapai target pasar yang luas sehingga hal ini tidak meningkatkan minat beli konsumen.

Saran dari peneliti yaitu sebaiknya membuat strategi marketing melalui media sosial dengan kerangka internal seperti memiliki staff khusus untuk mengelola media sosial Tiktok dan Membuat iklan di Zaman teknologi yang canggih memang harus selalu melakukan pembaharuan dan mengikuti trend yang sedang populer dan sedang booming di tonton masyarakat.

Kata Kunci: Pemanfaatan Media Sosial, Minat Beli Konsumen.