

ABSTRAK

The Ammeerra merupakan salah satu unit bisnis PT Graha Sarana duta yang bergerak di bidang akomodasi. The Ammeerra berada di Jalan Gegerkalong Hilir No. 47, Sukarasa, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40152. Berdasarkan hasil penelitian The Ammeerra memiliki masalah pada minat berkunjung. Permasalahan tersebut diduga disebabkan oleh promosi media sosial. Tujuan dari penelitian ini merupakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh promosi media sosial terhadap minat berkunjung pada The Ammeerra. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data primer untuk penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan kuesioner. Kemudian, untuk teknik pengumpulan data sekunder yaitu dari studi kepustakaan, jurnal dan internet. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi rank spearman, uji regresi linear sederhana, uji hipotesis dan koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif dari promosi media sosial terhadap minat berkunjung di The Ammeerra, apabila terdapat peningkatan dari media sosial maka minat berkunjung akan ikut meningkat, hambatan yang dihadapi oleh The Ammeerra yaitu tidak mempunyai *social media specialist* dan belum bisa menerapkan sistem *auto reply* yang menyebabkan pelaksanaan promosi media sosial tidak stabil. Upaya yang dilakukan oleh The Ammeerra yaitu untuk merekrut *social media specialist* dan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia di media sosial.

Kata kunci : Promosi Media Sosial, Minat Berkunjung

ABSTRACT

The Ammeerra is one of the business units of PT Graha Sarana Duta which operates in the accommodation sector. The Ammeerra is located at Jalan Gegerkalong Hilir No. 47, Sukarasa, Sukasari District, Bandung City, West Java 40152. Based on the results of the study, The Ammeerra has a problem with visiting interest. This problem is thought to be caused by social media promotions. The purpose of this study is to determine the extent of the influence of social media promotions on visiting interest at The Ammeerra. The research method used in this study is a quantitative method with a descriptive approach. The techniques used to collect primary data for this study are observation, interviews and questionnaires. Then, for secondary data collection techniques, namely from literature studies, journals and the internet. Data analysis techniques used in this study are validity tests, reliability tests, Spearman rank correlation coefficients, simple linear regression tests, hypothesis tests and coefficients of determination. The results of this study indicate a positive effect of social media promotion on purchase intention at The Ammeerra. Increased social media engagement will also increase purchase intention. The Ammeerra faced challenges, including a lack of a social media specialist and the inability to implement an auto-reply system, which has resulted in unstable social media promotion. The Ammeerra is working to recruit a social media specialist and utilize available social media features.

Keywords: Social Media Promotion, Purchase Intention

RINGKESAN

The Ammeerra mangrupa salah sahiji unit usaha PT Graha Sarana Duta anu beroperasi dina séktor akomodasi. The Ammeerra perenahna di Jalan Gegerkalong Hilir No. 47, Sukarasa, Kacamatan Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40152. Dumasar kana hasil panalungtikan, The Ammeerra boga masalah jeung visiting interest. Masalah ieu diduga disababkeun ku promosi média sosial. Tujuan tina ieu panalungtikan nyaéta pikeun mikanyaho sajumlah pangaruh promosi média sosial dina minat kunjungan di The Ammeerra. Méthode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta méthode kuantitatif kalayan pendekatan déskriptif. Téhnik anu digunakeun pikeun ngumpulkeun data primér dina ieu panalungtikan nyaéta obsérvasi, wawancara, jeung angkét. Saterusna, pikeun téhnik ngumpulkeun data sékundér, nyaéta tina studi pustaka, jurnal jeung internét. Téhnik analisis data anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta uji validitas, uji réliabilitas, koefisien korelasi rank Spearman, uji régrési liniér basajan, uji hipotésis jeung koefisien determinasi. Hasil ulikan ieu nunjukkeun pangaruh positif promosi média sosial dina niat meuli di The Ammeerra. Ngaronjat papacangan média sosial ogé bakal ningkatkeun niat mésér. The Ammeerra Nyanghareupan tangtangan, kaasup kurangna spesialis média sosial sarta henteu mampuh pikeun nerapkeun sistem auto-reply, nu geus nyababkeun promosi média sosial teu stabil. The Ammeerra berpungsi pikeun ngarekrut spesialis média sosial sareng ngagunakeun fitur média sosial anu sayogi.

Konci: Promosi Média Sosial, Niat Mésér