

## ABSTRAK

Pada era modern saat ini, pertumbuhan ekonomi seiring waktu berjalan, terutama di kota Bandung. Salah satunya yaitu perusahaan penyedia jasa *Wedding* OMG Event Asia Bandung, dengan memanfaatkan dunia digital yang sudah mulai maju, setiap perusahaan menggunakan strategi dalam media sosial untuk mencapai tujuan setiap perusahaan, salah satu bentuk *Social Media Marketing* yang digunakan adalah menggunakan salah satu aplikasi media sosial, yaitu *Instagram*. Dan menciptakan suatu bentuk pemasaran dari mulut kemulut membuat media sosial banyak dimanfaatkan dan dipergunakan oleh banyak lembaga perusahaan untuk meningkatkan mutu pelayanan pada konsumen, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruhnya promosi melalui Instagram dalam meningkatkan mutu pelayanan pada jasa *Wedding* OMG Event Asia. Metode penelitiannya menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan regresi linier sederhana. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, dan studi pustaka. Populasinya dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa *wedding* dengan sampel 100 responden. Adapun Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis penelitian deskriptif dengan jenis data kuantitatif. Metode pengambilan sampel adalah dengan nonprobability sampling dengan teknik *purposive sampling* yaitu menyebarkan kuesioner secara *online* kepada 100 orang responden

Berdasarkan hasil pengolahan data analisis deskriptif tentang variabel *Social Media Marketing* (X) dihasilkan presentase rata-rata untuk variabel *Social Media Marketing* sebesar 76,52%

**Kata Kunci :** *Social Media Marketing, Instagram Social Media, Brand Awareness*