

ABSTRAK

Penggunaan situs jejaring sosial sangat marak dalam beberapa tahun belakangan ini. Situs tersebut tidak hanya digunakan untuk berhubungan satu sama lain melainkan juga untuk kegiatan-kegiatan lain salah satunya kegiatan pemasaran. Dalam menggunakan media social seperti facebook,twitter,youtube sebagai media pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh media social terhadap kepuasan pelanggan NET TV Adapun metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan analisis Deskriptif pada studi kasus. Pada penelitian ini menggunakan teori seperti situs jejaring social media social seperti website,konten,microblog. Hasil penelitian strategy ini menunjukkan bahwa para pengguna NET TV kota Bandung termasuk dalam kategori baik. Jenis data dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari website NET TV yaitu www.netmediatama.co.id

Kata kunci :NET TV,Media Social,Kepuasan Pelanggan