

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia bisnis dan ekonomi di era teknologi saat ini telah mengalami pertumbuhan dan persaingan yang semakin ketat, hal ini disebabkan karena akses informasi yang menjadi sangat mudah dengan adanya internet. Internet telah membantu manusia dalam berkomunikasi untuk menyebarkan informasi kepada khalayk umum. Dengan kemajuan pengguna internet dan media digital yang terus berkembang seperti ini, menyebabkan banyak bermunculan media sosial seperti facebook, twitter, instagram dan berbagai media sosial lainnya. Para pelaku bisnis menggunakan kesempatan ini sebagai strategi pemasaran untuk mempromosikan bisnisnya melalui media sosial. Salah satu pelaku usaha yang menerapkannya adalah Let's Go Gelato bergerak pada bidang dessert.

Dalam strategi promosinya untuk meningkatkan keputusan pembelian Let's Go Gelato melakukan secara online melalui media sosial yang mereka miliki. Pada penelitian ini media sosial yang teliti yaitu terdiri dari *personal relevance* , *interactivity*, *message* dan *brand familiarity*.

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada 400 responden dari konsumen yang termasuk *followers* Let's Go Gelato. Metode Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan diolah menggunakan software SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi pada media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Promosi Media Sosial, Personal Relevance, Interactivity, Message, Brand Familiarity