

## ABSTRAK

Industri pariwisata di Indonesia mengalami pertumbuhan yang baik. Sejak tahun 2011 industri pariwisata Indonesia telah mengalami pertumbuhan sebesar 25% setiap tahunnya. Selain itu, negara Indonesia yang sangat luas juga menyimpan banyak potensi wisata yang belum diketahui oleh banyak orang. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang pariwisata yaitu sebagai penyedia jasa travel agent online adalah Tiket.com. Tiket.com menjadi salah satu travel agent yang menawarkan kemudahan pada konsumen untuk bepergian, terutama dalam memesan tiket transportasi dan juga memesan hotel.

Dalam melakukan promosi dan membangun hubungan dengan konsumen, Tiket.com menggunakan media social Instagram. Instagram merupakan media social yang dapat menyebarkan informasi berupa gambar, video, dan lain-lainnya. Sehingga konsumen dapat merasa lebih mudah mendapatkan informasi promo yang ditawarkan bahkan tertarik untuk melakukan keputusan pembelian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh promosi Tiket.com di media social Instagram terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara kepada responden. Serta analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi menggunakan media sosial Instagram Tiket.com berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 51,3%. Arah pengaruh yang diberikan adalah positif.

Berdasarkan hasil penelitian, sebaiknya Disarankan Tiket.com melakukan *posting* melalui Instagram yang memberikan informasi lengkap terutama promo yang diberikan.

**Kata kunci : Sosial media, Promosi, Keputusan Pembelian, dan Tiket.com**