

ABSTRAK

Elzatta Hijab bangkit Di tengah pandemi dan lebih efektif menggunakan Media Sosial. Dengan menggunakan Social Media Marketing Konsumsi, Kurasi, Kreasi, dan Kolaborasi untuk melihat dan meningkatkan Minat Beli dari konsumen Elzatta Hijab melalui Media Sosial.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode probability sampling dengan jenis simple random sampling, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan SPSS (25).

Hasil analisis ini menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara Social Media Marketing Kurasi dan Kollaborasi terhadap Minat Beli, dan dua variable lainnya Konsumsi dan Kreasi tidak mempunyai signifikan pada variable Minat Beli. Pada variabel Konsumsi dan Kreasi perlu ditingkatkan atau diperbaiki guna meningkatkan Minat Beli.

Kata Kunci: Social Media Marketing Consumption Curation Creation and Collaboration, Buying Interest, Elzatta Hijab.