

ABSTRAK

Farhan Furqani Almagsus, 2022 Strategi Marketing Komunikasi Pemasaran Melalui Media Komunikasi Online / Electric Word of Mouth Dalam Peningkatan Keputusan Pembelian Di DiTie Wedding Planner Tahun 2022. (Pembimbing: Harrie Lutfie). Proyek akhir ini memiliki latar belakang masalah yaitu bagaimana Penerapan Digital Marketing Melalui media sosial media Instagram pada WP DiTie dari sisi peningkatan penjualan dan apa yang penulis terapkan dalam proyek akhir ini. Latar belakang penulis menulis judul proyek akhir ini adalah apakah bisa dengan meningkatkan pemasaran suatu produk melalui media social dapat meningkatkan penjualan dan bagaimana perusahaan wedding ini bisa bersaing dengan kompetitprnya. Serta tujuan dari proyek akhir ini adalah untuk mengetahui penerapan digital marketing di DiTie WP bisa meningkatkan penjualan.

Sehubungan dengan metode penelitian penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Analisa wawancara.

Denagan selesainya penulis melaksanakan proyek akhir ini penulis bisa menyampaikan bahwa dengan menggunakan media social sebahai sarana penghubung antara penjual dan pembeli ini bisa menimbulkan brand awarenest yang pada akhirnya merujuk pada keputusan penjualan yang meningkat.

Laata kunci: marketing manajemen, promotion mix, word of mouth, electric word pf mouth