

## ABSTRAK

**MUH. YAHYA, 2023. Pengaruh Media Sosial Terhadap Peningkatan Penjualan Produk Busana Muslim Di Toko RJA (*Rumah Jahit Akhwat*). Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Ekonomi Islam Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Agus Salim HR, dan Pembimbing II Syahidah Rahmah.**

Perkembangan penjualan melalui media sosial, mendorong para pengusaha untuk bersaing secara ketat, sehingga pengusaha dituntut untuk kreatif serta inovatif dalam memasarkan produknya. Media sosial menyajikan informasi yang praktis dan informasi yang berkualitas menyebabkan timbulnya minat beli pada konsumen. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh penggunaan media sosial terhadap peningkatan penjualan perusahaan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Sampel didalam penelitian ini berjumlah 58 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisisioner dan hasil penelitian berdasarkan hasil uji regresi dihasilkan nilai  $t_{hitung} 8,838 > t_{tabel} 0,259$ , sehingga dari analisis tersebut dapat ditarik konklusi bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap peningkatan penjualan di toko RJA. Berdasarkan uji determinasi  $R^2$  di peroleh nilai  $R^2$  0,582, yang artinya pengaruh penggunaan media sosial terhadap peningkatan penjualan di toko RJA sebesar 58,2%.

**Kata Kunci : Media sosial dan Peningkatan Penjualan**



## ABSTRACT

**MUHAMMAD YAHYA, 2023. The Influence of Social Media on Increasing Sales of Muslim Clothing Products at the RJA Store (Akhwat Sewing House). Thesis of the Faculty of Economics and Business, Department of Islamic Economics, University of Muhammadiyah Makassar. Supervised by Supervisor I Agus Salim HR, and Advisor II Syahidah Rahmah.**

The development of sales through social media has encouraged entrepreneurs to compete strictly, so entrepreneurs are required to be creative and innovative in marketing their products. Social media provides practical information and quality information that causes consumer buying interest to arise. So this study aims to determine the extent to which the influence of the use of social media on increasing company sales. This type of research is descriptive quantitative research. The sample in this study amounted to 58 respondents. The data collection technique used was a questionnaire and the research results based on the results of the regression test produced a t count of  $8.838 > t$  table of 0.259, so from this analysis it can be concluded that there is an effect of using social media on increasing sales at RJA stores. Based on the R<sup>2</sup> determination test, the value of R Square (R<sup>2</sup>) was 0.582, which means that the effect of using social media on increasing sales at RJA stores was 58.2%.

**Keywords: Social Media and Increased Sales**

