

## ABSTRAK

**Husni. 2024. Pengaruh Sosial Media Marketing dalam Meningkatkan Penjualan pada Rumah Jahit Alauddin Makassar. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Aulia dan Sherry Adelia Kalla.**

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui Sosial Media *Marketing* Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Jahit Akhwat Alauddin Makassar. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif menggunakan Teknik analisis linear sederhana. Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada pelanggan toko rumah jahit akhwat (RJA) Alauddin Makassar untuk mendapatkan sampel penelitian. Hasil kuesioner diolah menggunakan aplikasi statistik SPSS, dan hasil analisa statistik menunjukkan bahwa penggunaan sosial media *marketing* yang menjadi variabel dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan  $0,000 < 0,05$  serta secara simultan  $5,350 > 0,202$  sehingga meningkatkan penjualan pada Rumah Jahit Akhwat (RJA) Alauddin Makassar. Dari penelitian ini dapat di simpulkan bahwa penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran untuk promosi dapat meningkatkan jumlah transaksi penjualan.

***Kata Kunci:*** Sosial Media Marketing, Peningkatan Penjualan.

## ABSTRACT

**Husni. 2024. The Influence of Social Media Marketing in Increasing Sales at Alauddin Sewing House Makassar. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business. Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Aulia and Sherry Adelia Kalla.**

*The purpose of this research is to find out Social Media Marketing in Increasing Sales at Akhwat Alauddin Makassar Tailor House. This research was carried out by a quantitative method using a simple linear analysis technique. Data collection for this study was carried out by distributing questionnaires to customers of the Alauddin Makassar Akhwat Sewing Home Shop (RJA) to obtain research samples. The results of the questionnaire were processed using the SPSS statistical application, and the results of statistical analysis showed that the use of social media marketing which was a variable in this study had a positive and significant effect of  $0.000 < 0.05$  and simultaneously  $5,350 > 0.202$  so as to increase sales at the Akhwat Tailor House (RJA) Alauddin Makassar. From this study, it can be concluded that the use of social media as a marketing tool for promotion can increase the number of sales transactions.*

**Keywords:** Social Media Marketing, Increased Sales.

