

PENGARUH PROMOSI MENGGUNAKAN MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA BISNIS UMKM

Novia Kintan Hapsari¹, Rintan Nuzul Ainy^{1*}, Nabila Na'ma Aisa¹, Wahyu Dewi Hapsari¹

¹Universitas Ahmad Dahlan

*email korespondensi: rintan.ainy@act.uad.ac.id

Abstract: *The growing of economy during the globalization era has led to more competition in the business world. To overcome it, it is necessary to create a marketing strategy. One of which is promotion through social media and improving product quality. This study raises the issue of the effect of promotions using social media and product quality on increasing sales in SME businesses. The purpose of this study is to analyze and obtain empirical evidence regarding the effect of social media promotion and product quality on increasing sales. The type of data used in this research is primary data. This study uses quantitative data with data collection techniques by distributing questionnaires offline and online. The sampling method in this study used a purposive sampling method. The population in this study are SMEs in the Yogyakarta area. The samples obtained in this study were 55 respondents who met the criteria for sampling. The results of this study indicate that the influence of social media promotion and product quality has a positive effect on increasing sales.*

Keywords: *Social Media Promotion, Product Quality, Increasing Sales, SMEs*

Abstrak: Semakin berkembangnya perekonomian pada masa globalisasi menyebabkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia usaha. Untuk mengatasi persaingan yang semakin banyak maka perlu diciptakan strategi pemasaran salah satunya yaitu promosi melalui media sosial dan peningkatan kualitas produk. Penelitian ini mengangkat isu tentang pengaruh promosi menggunakan media sosial dan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan pada bisnis UMKM. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh promosi media sosial dan kualitas produk terhadap peningkatan penjualan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini yaitu para pelaku UMKM di wilayah Yogyakarta. Sampel yang didapatkan dalam penelitian ini sebanyak 55 responden yang memenuhi kriteria dalam pengambilan sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh promosi media sosial dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan.

Kata kunci: Promosi Media Sosial, Kualitas Produk, Peningkatan Penjualan, UMKM