

## ABSTRAK

Intan Yulisma Putri. NIM : 150300450. **PENGARUH PROMOSI *CONTENT MARKETING* MELALUI MEDIA SOSIAL (*INSTAGRAM*) TERHADAP MINAT MENGUNJUNGI *WEBSITE LIFESTYLE-INDONESIA.COM* PADA PT SINERGI INDONESIA GEMILANG JAKARTA SELATAN.** Tugas Akhir, Jakarta : Politeknik APP Jakarta. September 2018.

Tugas akhir ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi *content marketing* melalui media sosial (*instagram*) terhadap minat mengunjungi *website Lifestyle-indonesia.com* pada PT Sinergi Indonesia Gemilang Jakarta Selatan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 70 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas kuesioner, analisis regresi linear sederhana, uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji T, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas. Hasil uji regresi linear sederhana  $Y=a+bX$  ( $Y=5,610+0,470X$ ) menunjukkan koefisien regresi variabel X sebesar 0,470 menandakan bahwa setiap penambahan 1 % nilai promosi media sosial koefisien regresi tersebut bernilai positif. Pada uji koefisien korelasi nilai  $r$  sebesar 0,680 artinya hubungan kedua variabel bersifat kuat, karena berada pada range 0,61 s/d 0,80. Pada uji koefisien determinasi nilai  $r$  sebesar 0,680 dan nilai  $r^2$  sebesar 0,462 nilai koefisien determinasi sebesar 46,2% menunjukkan bahwa variabel Y dipengaruhi oleh variabel X sebesar 46,2% dan sisanya 53,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Pada uji T dilihat bahwa promosi media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan sebesar 0,000. Berdasarkan uji T, variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y dengan hasil sebesar  $44,566 > 1,670$  menyatakan  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima maka terdapat pengaruh antara promosi *content marketing* melalui media sosial dengan minat mengunjungi *website*.

***Kata Kunci : Promosi, Content Marketing, Media Sosial***