

## **ABSTRACT**

**Davin**

**1501020220**

### **THE IMPACTS OF IMPLEMENTING SOCIAL MEDIA MARKETING TOWARDS THE CUSTOMER SATISFACTION OF PT MEGA WISATA INDAH IN MEDAN**

(xvi + 77 pages; 8 figures; 39 tables; 8 appendices)

The purpose of this research is to determine and analyze whether there is an impact of social media marketing towards the customer satisfaction at PT Mega Wisata Indah, one of the developing travel agencies in Medan. Although they have utilized social media in their marketing, they may have some problems in maximizing the usage, which is the reason why the author has decided to do this research.

There are many positive impacts of implementing social media as a company marketing tool. It is well-said by the experts that social media such as micro-blogging, can affect firms' marketing strategy, branding, and the interaction between customers. In addition, it is also stated that social media marketing can reduce call center costs, enhance brand loyalty and increase customer satisfaction.

This research is uses a quantitative data , descriptive and correlational methods as research design. This research is done with a sample size of 54 people which is the customers of PT Mega Wisata Indah. The data analysis methods used in this research include descriptive statistics, validity test, reliability test, normality test, linearity test correlation test, determination test, linear regression analysis and hypothesis test.

The result of the research based on Z test (the sample exceed 30), is that the Z Count (5.18) > Z Table (1.96) which proves that here is an influence between Social Media Marketing and Customer Satisfaction.

In conclusion, it has been proven that Social Media Marketing has an impact in the Customer Satisfaction at PT Mega Wisata Indah. Therefore, the author has suggestions for the company to improve its social media marketing which will give PT Mega Wisata Indah a favorable impact in their customer satisfaction.

**Keywords: Social Media, Marketing, Social Media Marketing, Customer Satisfaction, Tourism.**

References: 34

## **ABSTRAK**

**Davin**

**1501020220**

### **DAMPAK IMPLEMENTASI PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PT MEGA WISATA INDAH DI MEDAN**

(xvi + 77 halaman; 8 figur; 39 tabel; 8 lampiran)

*Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti ada atau tidaknya hubungan antara pemasaran media sosial dengan kepuasan pelanggan di PT Mega Wisata Indah yang merupakan salah satu agen perjalanan di kota Medan. Walaupun telah mengimplementasikan media sosial dalam pemasaran mereka, perusahaan ini masih mengalami kendala dalam memaksimalkan penggunaannya, sehingga peneliti telah memutuskan untuk melakukan penelitian ini.*

*Ada banyak sekali dampak positif dari mengimplementasikan media sosial sebagai alat pemasaran. Pernyataan ini didukung oleh ahli yang mengatakan bahwa media sosial dapat mempengaruhi strategi pemasaran, branding, dan hubungan antar pelanggan. Pemasaran media sosial juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.*

*Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan korelasional dengan data kuantitatif dan sampel sebanyak 54 pelanggan PT Mega Wisata Indah. Untuk menganalisa data penelitian ini, digunakan tes validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, korelasi, determinasi, regresi linear dan hipotesa.*

*Penelitian yang dilakukan menggunakan z-tes yang mempunyai hasil nilai z sebesar 5,18 yang lebih besar dari angka tabel z sebesar 1,96. Ini merupakan bukti bahwa pemasaran di media sosial memiliki dampak terhadap kepuasan pelanggan.*

*Sebagai kesimpulan, telah dapat dibuktikan bahwa pemasaran menggunakan media sosial memiliki dampak terhadap kepuasan pelanggan di PT Mega Wisata Indah. Oleh karena itu, penulis memberikan saran kepada perusahaan untuk meningkatkan pemasaran dengan menggunakan media sosial dimana dapat memberikan PT Mega Wisata Indah dampak yang besar dalam peningkatan kepuasan pelanggan.*

**Kata Kunci:** *Media Sosial, Pemasaran, Pemasaran Menggunakan Media Sosial, Kepuasan Pelanggan, Pariwisata.*

*Referensi : 34*