

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pemanfaatan whatsapp grup dalam meningkatkan promosi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui cara membuat whatsapp grup efektif dan efisien dalam meningkatkan promosi, serta mengetahui peningkatan minat beli pelanggan terhadap produk setelah menggunakan whatsapp grup dalam upaya peningkatan promosi di Toko Al-Fatihah. Masalah utama dalam penelitian ini adalah proses promosi menggunakan whatsapp grup.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian studi deskriptif kualitatif terhadap Toko Al-Fatihah Kota Bandung. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisa data pada penelitian ini menggunakan analisa data kualitatif dengan mengamati berlangsungnya fenomena sosial, menganalisis makna yang ada di balik informasi, data, dan proses suatu fenomena tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pemanfaatan whatsapp grup sebagai media promosi terdapat tiga hal yang dapat dijadikan sebagai konten promosi di whatsapp grup, yaitu kenaikan harga, produk baru, dan produk *re-stock*. Selain itu, didapatkan pula tiga faktor yang meningkatkan minat beli pelanggan terhadap produk yang dipromosikan, yaitu promosi produk, brand produk, dan ketersediaan produk. Dapat disimpulkan dari hasil penelitian tersebut, bahwa whatsapp grup dapat dimanfaatkan menjadi media promosi yang baik bagi para pemilik usaha.

Kata Kunci : Whatsapp Grup, Promosi, Minat Beli Pelanggan

ABSTRACT

This research was conducted to find out the use of whatsapp groups in increasing promotions. The purpose of this study was to find out how to make WhatsApp groups effective and efficient in increasing promotions, as well as knowing the increase in customer buying interest in products after using WhatsApp groups in an effort to increase promotions at Al-Fatihah Stores. The main problem in this research is the promotion process using whatsapp groups.

This study uses a qualitative descriptive study research method on Al-Fatihah Stores in Bandung City. Data collection techniques were carried out by means of interviews, observation, and documentation. Data analysis in this study uses qualitative data analysis by observing the ongoing social phenomena, analyzing the meaning behind the information, data, and processes of a phenomenon.

The results of this study indicate that in using whatsapp groups as promotional media, there are three things that can be used as promotional content in whatsapp groups, namely price increases, new products, and re-stock products. In addition, there are also three factors that increase customer buying interest in the product being promoted, namely product promotion, product brand, and product availability. It can be concluded from the results of this study, that whatsapp groups can be used as a good promotional medium for business owners.

Keywords: Whatsapp Group, Promotion, Customer Buying Interest