

ABSTRACT

In order to maintain continuity of business PT. Garuda Indonesia have many strategy. One of the marketing strategy is using the power of social media marketing Twitter to publicize the promo and services for customer. The purpose of the study was to determine how the influence between social media marketing twitter Garuda Indonesia with the interests of consumers to use the product. This research using quantitative paradigm with eksplanotory correlation methods. While to get sample for this research using survey methods and the population are PT. Eonchemical Putra because who become Twitter user, Following Garuda Indonesia official account and also usually using Garuda Indonesia. Total sample is 72 sample and using nonprobability sampling. The data this study were obtained by means questionnaires. Once the data was collected, the data analyzed using simple inferential to answer hypothesis. This result show that there are significant influence between social media marketing Twitter and interest customer using Garuda Indonesia.

Key word : Social media marketing, Twitter, Garuda Indonesia



ABSTRAK

Dalam upaya PT. Garuda Indonesia dalam menjaga keberlangsungan bisnis perusahaan salah satunya melalui strategi kepada *customer*. Salah satu strategi pemasaran untuk mempublikasi promo dan jasa adalah dengan *social media marketing*. Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara *social media marketing* *twitter* Garuda Indonesia dengan minat konsumen untuk menggunakan produk. Penelitian ini menggunakan paradigma kuantitatif dengan sifat eksplanatif korelatif. Sementara itu, pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan didukung metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai PT. Eonchemicals Putra yang merupakan pengguna aktif *Twitter*, *follower* Garuda Indonesia, dan sering menggunakan Garuda sebagai partner untuk penerbangan. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dan didapatkan 72 sample. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara melakukan penyebaran kuesioner. Setelah data hasil kueisoner terkumpul, maka data tersebut dianalisis menggunakan analisis inferensial sederhana yang bertujuan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *social media marketing* *Twitter* Garuda Indonesia dengan menumbuhkan minat konsumen.

MERCU BUANA

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Twitter, PT. Garuda Indonesia*