

ABSTRAK

Waruwu, Nettorius. 2025. *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Toko Melody Elektronik Di Kota Gunungsitoli*. Skripsi. Pembimbing Maria Magdalena Bate'e, S.E.,M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Toko Melody Elektronik Di Kota Gunungsitoli. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi terhadap pemilik toko, karyawan, serta konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, khususnya WhatsApp Business, menjadi platform utama dalam menjalin komunikasi personal dengan konsumen, menyampaikan informasi produk, serta mendorong interaksi yang berdampak pada peningkatan minat beli. Meskipun demikian, pemanfaatan media sosial lain seperti Facebook dan Instagram masih terbatas akibat kendala sumber daya manusia dan teknis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam meningkatkan minat beli konsumen pada toko melody elektronik, tetapi efektivitasnya perlu ditingkatkan melalui penyusunan konten yang lebih menarik, pemanfaatan fitur digital secara maksimal, serta evaluasi berkala berbasis analitik media sosial.

Kata Kunci : media sosial, minat beli konsumen

ABSTRACT

Waruwu, Nettorius. 2025. *Utilization of Social Media to Increase Consumer Purchase Interest at Melody Electronics Store in Gunungsitoli City*. Thesis. Supervisor: Maria Magdalena Bate'e, S.E., M.M.

This study aims to analyze the role of social media in increasing consumer purchasing interest at the Melody Electronics Store in Gunungsitoli City. This study uses a qualitative descriptive approach with data collection techniques through in-depth interviews, direct observation, and documentation of store owners, employees, and consumers. The results show that social media, especially WhatsApp Business, is the main platform for realizing personal communication with consumers, conveying product information, and encouraging interactions that have an impact on increasing purchasing interest. However, the use of other social media such as Facebook and Instagram is still limited due to human resource and technical constraints. This study concludes that social media has a strategic role in increasing consumer purchasing interest at the Melody Electronics Store, but its effectiveness needs to be improved through the creation of more attractive content, maximum utilization of digital features, and regular evaluation based on social media analytics.

Keywords : *social media, consumer purchase interest*