

ABSTRAK

Rusdah Atika, 1620210182, Analisisn Pemanfaatan Media Sosial bagi Perkembangan Pemasaran CV. Aqualux Duspha Abadi Kudus.

Tujuan penelitian ini(1) untuk mendapatkan deskripsi mendalam tentang manfaat media sosial dalam mengembangkan pemasaran depot air minum CV. Aqualux Duspha Abadi (2) untuk mengetahui perkembangan pemasaran depo air minum CV. Aqualux Duspha Abadi melalui media sosial.

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian *field research* (penelitian lapangan) yang disajikan secara deskriptif kualitatif. Subyek penelitian ini adalah pihak-pihak yang terkait yang memahami mengenai pemanfaatan media sosial bagi perkembangan pemasaran CV. Aqualux Duspha Abadi Kudus sehingga dianggap mengetahui masalah secara mendalam. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subyek penelitian ini adalah Pimpinan Marketing Nasional, Pimpinan Distribusi dan teknisi CV. Aqualux Duspha Abadi Kudus.

Hasil penelitian ini adalah (1) Menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial berpengaruh signifikan terhadap pemasaran produk depot air minum, dengan memanfaatkan media sosial penyebaran informasi dan spesifikasi hasil produk perusahaan dapat lebih mudah diketahui dan juga mengurangi biaya promosi. Penelitian ini menghasilkan nilai akhir perangkaan yang dapat digunakan sebagai media untuk promosi adalah *web* berbayar. (2) menunjukkan dalam perkembangan pemasaran depot air minum perusahaan memanfaatkan teknologi dalam memperluas dan meningkatkan pemasaran, dalam proses produksi lebih banyak menggunakan peralatan yang lebih modern. Media sosial yang digunakan sebagai media promosi adalah *web* berbayar, *instagram* dan *facebook*.

Kata Kunci : *Media Sosial, Pemasaran*