

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh marketing media sosial terhadap keberhasilan usaha kuliner pada masa pandemi COVID-19 di wilayah Kecamatan Kota Baru Kota Jambi. Penelitian ini dilakukan pada akhir tahun 2019 hingga pada awal tahun 2022 di beberapa usaha mikro kecil menengah di bidang kuliner, di wilayah Kecamatan Kota Baru, Kota Jambi. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan juga membagikan kuesioner kepada responden yaitu pemilik usaha mikro kecil menengah di bidang kuliner yang pemasarannya melalui media sosial di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi yang berjumlah 74 pelaku usaha. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrument yaitu uji validitas dan uji reabilitas, uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dan uji linearitas, persamaan regresi, uji hipotesis, analisis koefisien determinasi. Dengan menggunakan SPSS 21. Sehingga bisa ditentukan seberapa besar pengaruh marketing media sosial terhadap keberhasilan usaha kuliner di Kecamatan Kota Baru Kota Jambi pada masa pandemic COVID-19. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa ada pengaruh antara marketing media sosial terhadap keberhasilan usaha, hal ini dilihat dari hasil analisis data yang menunjukkan nilai thitung sebesar 6,568 lebih besar dari ttabel sebesar 0,2287. Secara regresi ada pengaruh antara marketing media sosial terhadap keberhasilan usaha. Terdapat pengaruh yang signifikan marketing media sosial dengan keberhasilan usaha dengan koefisien korelasi 0,429 dengan demikian, hipotesis penelitian diterima, selanjutnya diketahui koefisien determinasi (R^2) 173%.

Kata kunci: marketing media sosial, keberhasilan usaha, usaha mikro kecil menengah di bidang kuliner, covid 19.

