

## ABSTRAK

Yana Sari, Widi. 2021. Pengaruh Promosi Konsumen Dan Media Sosial *Instagram* Terhadap Omzet Penjualan Kedai Sikok Lampung. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Ery Baskoro, S.E.,M.M. Pembimbing (II) Sri Retnaning Rahayu, S.E.,M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Promosi Konsumen, Media *Instagram* Terhadap Omzet Penjualan Kedai Sikok Lampung. Penelitian ini dilakukan pada konsumen Kedai Sikok Lampung Tahun 2021. Dengan membagikan kuesioner berupa pertanyaan seputar Promosi konsumen Dan Media Sosia *Instagram*. Kemudian diolah dengan menggunakan dengan SPSS 23 dengan pendekatan uji asumsi klasik dengan metode normalitas, lineritas, Homogenitas

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi linear berganda, uji T, uji F, determinasi untuk mengetahui pengaruh promosi konsumen dan media sosial *instagram* terhadap omzet penjualan Kedai Sikok Lampung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan promosi konsumen dan media sosial *instagram* terhadap omzet penjualan. Penelitian secara parsial menunjukkan bahwa promosi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan, sedangkan media sosial *instagram* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap omzet penjualan.

**Kata kunci : Promosi Konsumen, Media Sosial *Instagram*, Omzet Penjualan**