

ABSTRAK

Perkembangan media sosial yang semakin pesat mempengaruhi perkembangan fashion hijab di Indonesia saat ini yang menimbulkan peluang bisnis di Indonesia, salah satunya pembelian secara online melalui media sosial instagram. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh daya tarik media sosial, komunikasi pemasaran, dan *relationship capability* terhadap kinerja pemasaran.

Adapun populasi pada penelitian ini adalah pemilik Online Shop Hijab dengan media sosial instagram. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode teknik *non-probability* sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data yang diperoleh diolah menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 22.0 dengan analisis data menggunakan regresi linier berganda dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik media sosial dan komunikasi pemasaran berpengaruh signifikan baik terhadap *relationship capability*. Selanjutnya hasil studi juga menunjukkan bahwa *relationship capability* berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Kata kunci : daya tarik media sosial, komunikasi pemasaran, *relationship capability*, kinerja pemasaran.

ABSTRACT

The development of social media is increasingly rapidly affecting the development of hijab fashion in Indonesia today which creates business opportunities in Indonesia, one of which is online purchases through social media instagram. The purpose of this study was to examine the effect of attractiveness of social media, marketing communications, and relationship capability on marketing performance.

The population in this study is the owner of the Online Shop Hijab with Instagram social media. The sample in this study was taken using a non-probability sampling technique with a total sample of 100 respondents. The data obtained was processed using the help of SPSS version 22.0 software by analyzing the data using multiple linear regression and t test.

The results showed that the attractiveness of social media and marketing communication had a significant effect on relationship capability. Furthermore, the results of the study also showed that relationship capability had a significant effect on marketing performance.

Keywords: *attractiveness of social media, communication marketing, relationship capability, marketing performance*