

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manfaat media sosial dalam pemasaran produk KPR di PT Bank Mandiri (persero) Kantor Cabang Madiun Divisi Kredit Pemilikan Rumah yang difokuskan pada pembahasan manfaat media sosial berlandaskan teori Dewa Web Dalam Fabian Chandra (2021). Media sosial yang dimanfaatkan untuk digital marketing dapat menghasilkan penjualan yang tinggi dan pemasaran melalui media sosial dapat menghemat pengeluaran. Manfaat media sosial meliputi memperoleh data pelanggan, menjalankan iklan dengan hasil *real time*, memperoleh lead dengan konversi lebih tinggi, meningkatkan pengalaman pelanggan, berbagi konten lebih cepat dan lebih mudah dan membina relasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memperoleh informasi yang sesungguhnya yang selanjutnya dipaparkan dalam bentuk narasi dan gambar. Data dikumpulkan melalui wawancara dan dokumentasi. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa manfaat media sosial dalam pemasaran produk KPR di PT Bank Mandiri (Persero) Kantor Cabang Madiun Divisi Kredit Pemilikan Rumah meliputi memperoleh data pelanggan, menjalankan iklan dengan hasil yang *real time*, memperoleh lead dengan konversi lebih tinggi, berbagi konten lebih cepat dan lebih mudah dan membina relasi.

Kata Kunci: *Media sosial, Pemasaran*