

## **ABSTRACT**

*This research is entitled "The Influence of Instagram Social Media Marketing on Customer Loyalty Brand Avoskin Beauty". The purpose of this research is to determine the influence of Instagram social media marketing which consists of context, communication, connection, and collaboration on customer loyalty brand Avoskin Beauty. This research uses quantitative research methods with a correlational type. Data collection techniques used were observation and questionnaires distributed to respondents. The sampling technique used in this research is non-probability sampling by using the method purposive sampling with a sample size of 100 respondents. The population in this study is Followers Instagram @avoskinbeauty who uses facial care products Brand Avoskin with certain criteria. The results of this research are based on the influence of Social Media Marketing variables, indicators context, communication, and connection which has been proven to have a positive and significant effect on customer loyalty, with context Tcount value (2.138) > Ttable (1.988), communication Tcount (3.427) > Ttable (1.988), and connection Tcount (3.142) > Ttable (1.988). Based on the results of the R Square, it is 0.457. This value indicates that the sub variable context, communication, connection, and collaboration able to explain customer loyalty variables brand Avoskin Beauty was 45.7% while the remaining 54.3% was contributed by other variables not included in the research. From indicators context, communication, connection, and collaboration only collaboration which has no effect and is not significant on expected customer loyalty brand Avoskin Beauty in increasing the chosen collaboration must be in accordance with values and identity brand Avoskin Beauty, like involving influencer, partner or brand kind. When collaboration is carried out, it must ensure that the resulting content is of high quality and relevant to the target audience thereby strengthening emotional ties with brand the.*

**Keywords: Social Media Marketing, Customer Loyalty, Instagram, Brand Avoskin Beauty**

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram Terhadap Loyalitas Pelanggan *Brand Avoskin Beauty*”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pemasaran media sosial Insatgram yang terdiri dari *context*, *communication*, *connection*, dan *collaboration* terhadap loyalitas pelanggan *brand Avoskin Beauty*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis korelasional. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan observasi dan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Populasi dalam penelitian ini adalah *Followers Instagram @avoskinbeauty* yang menggunakan produk perawatan wajah *Brand Avoskin* dengan kriteria tertentu. Hasil penelitian ini berdasarkan pengaruh variabel Pemasaran Media Sosial, indikator *context*, *communication*, dan *connection* yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan *context* nilai Thitung (2,138) > Ttabel (1,988), *communication* Thitung (3,427) > Ttabel (1,988), dan *connection* Thitung (3,142) > Ttabel (1,988). Berdasarkan hasil R Square yaitu sebesar 0,457. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sub variabel *context*, *communication*, *connection*, dan *collaboration* mampu menjelaskan variabel loyalitas pelanggan *brand Avoskin Beauty* sebesar 45,7% sementara sisanya 54,3% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Dari indikator *context*, *communication*, *connection*, dan *collaboration* hanya *collaboration* yang tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan diharapkan *brand Avoskin Beauty* dalam meningkatkan kolaborasi yang dipilih harus sesuai dengan nilai dan identitas *brand Avoskin Beauty*, seperti melibatkan *influencer*, mitra atau *brand* sejenis. Ketika kolaborasi dilakukan harus memastikan konten yang dihasilkan dapat berkualitas tinggi dan relevan dengan target *audience* sehingga memperkuat ikatan emosional dengan *brand* tersebut.

**Kata Kunci:** Pemasaran Media Sosial, Loyalitas Pelanggan, Instagram, *Brand Avoskin Beauty*

## **RINGKESAN**

*Ieu panalungtikan dijudulan “Pangaruh Pamasaran Media Sosial Instagram dina Kasatiaan Pelanggan merek Avoskin Beauty”. Tujuan tina ieu panalungtikan nyaéta pikeun mikanyaho pangaruh pamasaran média sosial Instagram anu diwangun ku konteks, komunikasi, sambungan, jeung gawé bareng on kasatiaan pelanggan merek Avoskin Beauty. Ieu panalungtikan ngagunakeun métode panalungtikan kuantitatif jeung tipe korelasional. Téhnik ngumpulkeun data anu digunakeun nya éta obsérvasi jeung angkét anu disebarkeun ka réspondén. Téhnik sampling anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta henteu-probabiliti sampling ku ngagunakeun métode purposive sampling kalawan ukuran sampel 100 réspondén. Populasi dina ieu panalungtikan nya éta Pengikut Instagram @avoskinbeauty anu ngagunakeun produk perawatan wajah merek Avoskin kalawan kriteria tangtu. Hasil tina ieu panalungtikan dumasar kana pangaruh variabel Social Media Marketing, indikator konteks, komunikasi, jeung sambungan nu geus kabuktian boga pangaruh positif sarta signifikan dina kasatiaan customer, jeung konteks Nilai Titung ( $2.138 > T_{\text{tabel}} (1.988)$ ), komunikasi Titung ( $3.427 > T_{\text{tabel}} (1.988)$ ), jeung sambungan Titung ( $3.142 > T_{\text{tabel}} (1.988)$ ). Dumasar kana hasil R Square nya éta 0,457. Nilai ieu nunjukkeun yén sub variabel konteks, komunikasi, sambungan, jeung gawé bareng bisa ngajelaskeun variabel kasatiaan customer merek Avoskin Beauty éta 45,7% sedengkeun sésana 54,3% disumbangkeun ku variabel séjén teu kaasup dina panalungtikan. Ti indikator konteks, komunikasi, sambungan, jeung gawé bareng ngan gawé bareng nu teu boga pangaruh jeung teu signifikan dina kasatiaan customer ekspektasi merek Avoskin Beauty dina tingkatkeun kolaborasi anu dipilih kedah saluyu sareng nilai sareng identitas merek Avoskin Beauty, kawas ngalibetkeun influencer, pasangan atawa merek nanaon. Nalika kolaborasi dilaksanakeun, éta kedah mastikeun yén kontén anu hasilna kualitasna luhur sareng relevan pikeun udagan panongton kukituna nguatkeun hubungan emosi jeung merek éta.*

***Kata Konci: Pamasaran Media Sosial, Kasatiaan Pelanggan, Instagram, Merek Avoskin Beauty***