

ABSTRAK

Perkembangan industri *food and beverage* (F&B), khususnya coffee shop di Kota Bandung, Di tengah persaingan yang semakin ketat, pemanfaatan media sosial seperti Instagram menjadi strategi penting dalam menarik perhatian konsumen. Meatree Coffee sebagai salah satu pelaku usaha coffee shop di Kota Bandung menghadapi permasalahan berupa fluktuasi *social media engagement* dan viralitas konten Instagram @meatree.coffee yang berdampak pada ketidakstabilan jumlah kunjungan pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *social media engagement* dan viralitas Instagram @meatree.coffee terhadap *customer loyalty*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada pelanggan Meatree Coffee dengan jumlah responden sebanyak 95 orang. Teknik analisis data yang digunakan meliputi skala Likert, uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *social media engagement* dan viralitas terhadap *customer loyalty*. *Social media engagement* memberikan pengaruh Signifikan, sedangkan viralitas memberikan pengaruh signifikan Secara simultan, *social media engagement* dan viralitas memberikan pengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*, sedangkan ada beberapa yang dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel penelitian.

Saran dari peneliti untuk perusahaan adalah meningkatkan konsistensi dan kualitas konten Instagram guna mendorong interaksi yang lebih tinggi dari audiens. Selain itu, perusahaan perlu mengoptimalkan strategi viralitas konten yang relevan dan menarik agar mampu menjangkau lebih banyak pengguna serta mendorong peningkatan kunjungan dan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Social Media Engagement, Viralitas, Customer Loyalty, Instagram, Coffee Shop

ABSTRACT

The rapid growth of the food and beverage (F&B) industry, particularly coffee shops in Bandung, has increased significantly along with changes in lifestyle, especially among younger generations who use cafés as places for socializing and working. In the midst of intense competition, the use of social media such as Instagram has become an important strategy to attract consumers. Meatree Coffee, as one of the coffee shop businesses in Bandung, faces challenges related to fluctuating social media engagement and the viral reach of its Instagram account @meatree.coffee, which impacts the instability of customer visits. Low interaction and suboptimal content distribution may reduce customer loyalty.

The purpose of this study is to determine the extent to which social media engagement and Instagram virality influence customer loyalty. This research uses a quantitative method with a survey approach. Data collection techniques include observation, interviews, and questionnaires distributed to 95 respondents who are customers of Meatree Coffee. Data analysis techniques include Likert scale analysis, validity test, reliability test, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination.

The results show that social media engagement and Instagram virality have a positive and significant effect on customer loyalty. Social media engagement contributes Significant, while virality contributes Significant to customer loyalty. Simultaneously, social media engagement and virality contribute Significant to customer loyalty, while the remaining there are some influenced by other factors outside the variables studied.

The researcher suggests that the company should improve the consistency and quality of Instagram content to increase audience interaction. company needs to optimize content virality strategies that are relevant and engaging in order to reach a wider audience and enhance customer visits and loyalty.

Keywords: Social Media Engagement, Virality, Customer Loyalty, Instagram, Coffee Shop

RINGKESAN

Kamekaran industri food and beverage (F&B), hususna usaha coffee shop di Kota Bandung, ngalaman paningkatan anu cukup signifikan sasarengan jeung robahna gaya hirup masarakat Meatree Coffee minangka salah sahiji usaha coffee shop di Kota Bandung nyanghareupan pasualan dina bentuk fluktuasi social media engagement jeung viralitas akun Instagram @meatree.coffee anu mangaruhan kana teu stabilna jumlah kunjungan konsumén.

Tujuan tina panalungtikan ieu nyaéta pikeun mikanyaho sabaraha gedéna pangaruh social media engagement jeung viralitas Instagram @meatree.coffee kana customer loyalty. Méthode anu digunakeun nyaéta méthode kuantitatif kalayan pendekatan survei. Téknik pangumpulan data dilaksanakeun ngaliwatan observasi, wawancara, jeung panyebaran kuesioner ka 95 responden anu mangrupikeun konsumén Meatree Coffee. Téknik analisis data anu digunakeun ngawengku skala Likert, uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, uji t, uji F, sarta koefisien determinasi.

Dumasar kana hasil panalungtikan, kapanggih yén aya pangaruh anu positip jeung signifikan antara social media engagement jeung viralitas kana customer loyalty. Social media engagement méré pangaruh sabesar signifikan, sedengkeun viralitas méré pangaruh sabesar signifikan. Sacara simultan, social media engagement jeung viralitas méré pangaruh sabesar signifikan kana customer loyalty, sedengkeun aya sabaraha deui dipangaruhan ku faktor séjén di luar variabel anu ditalungtik.

Saran ti panalungtik pikeun pausahaan nyaéta ningkatkeun konsistensi jeung kualitas kontén Instagram pikeun ngaronjatkeun interaksi ti audiens. Sajaba ti éta, pausahaan perlu ngaoptimalkeun strategi viralitas kontén anu relevan jeung menarik supaya bisa ngahontal audiens anu leuwih lega sarta ningkatkeun kunjungan jeung loyalitas konsumén.

Kecap konci: Social Media Engagement, Viralitas, Customer Loyalty, Instagram, Coffee Shop