

Pengaruh Social Media Marketing Dan Emotional Branding Terhadap Loyalitas Merek Dengan Mediasi Keterlibatan Pelanggan (Studi Pada Instagram @madformakeup.co) = The Influence of Social Media Marketing and Emotional Branding On Brand Loyalty Through Customer Engagement (A Study of @madformakeup.co On Instagram)

Suci Xaviera Wardhani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920516844&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas terkait pengaruh social media marketing dan emotional branding pada Instagram @madformakeup.co terhadap loyalitas merek melalui mediasi keterlibatan pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian dengan paradigma positivistik dengan pendekatan kuantitatif. Responden pada penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @madformakeup.co sebanyak 207 sampel. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis data deskriptif dan analisis jalur untuk membuktikan hipotesis-hipotesis dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel social media marketing memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas merek secara langsung dalam konteks Instagram @madformakeup.co. Variabel social media marketing juga memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas merek melalui mediasi keterlibatan pelanggan. Variabel emotional branding tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas merek secara langsung, namun variabel ini berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas merek melalui mediasi keterlibatan pelanggan. Maka, variabel keterlibatan pelanggan mampu memberikan mediasi bagi variabel social media marketing dan emotional branding dalam mempengaruhi loyalitas merek secara signifikan pada Instagram @madformakeup.co. Penelitian ini diharapkan dapat membantu para manajer pemasaran khususnya di bidang industri kosmetik untuk mengoptimalkan strategi komunikasi pemasaran di media sosial dengan menggunakan pendekatan yang bersifat emosional terhadap pelanggannya untuk mendorong peningkatan loyalitas merek.

.....This research aims to discuss the effect of social media marketing and emotional branding on @madformakeup.co Instagram toward brand loyalty through the mediating role of customer engagement. This research has positivistic paradigm and quantitative approach. Respondents in this study are 207 followers of @madformakeup.co on Instagram. Data collected were analyzed by using descriptive statistical analysis and path analysis to prove the hypothesis in this study. The result showed that social media marketing significantly influences brand loyalty directly without going through customer engagement on @madformakeup.co Instagram. Social media marketing also has significant influence on brand loyalty through the mediating role of customer engagement. Emotional branding does not have significant influence on brand loyalty directly, but emotional branding has significant influence on brand loyalty through the mediating role of customer engagement. Therefore, customer engagement is capable of mediating both social media marketing and emotional branding to influence brand loyalty significantly on @madformakeup.co Instagram. This research is expected to help brand managers especially in the field of cosmetic industry to optimize social media marketing using emotional approach like emotional branding to their customers to build and increase brand loyalty.