

**ABSTRAK**

**PENGARUH PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
PADA LOYALITAS MEREK KONSUMEN BENTO KOPI**

Putrisia Yumi Sakaisa  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: (1) kampanye yang menguntungkan pada loyalitas merek, (2) relevansi konten pada loyalitas merek, (3) kekinian konten pada loyalitas merek, (4) popularitas konten pada loyalitas merek. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner tentang kampanye yang menguntungkan, relevansi konten, kekinian konten, popularitas konten, dan loyalitas merek kepada 100 responden. Analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis linear berganda yang dibantu dengan program SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kampanye yang menguntungkan tidak berpengaruh pada loyalitas merek, (2) relevansi konten tidak berpengaruh pada loyalitas merek, (3) kekinian konten berpengaruh positif pada loyalitas merek, (4) popularitas konten berpengaruh positif pada loyalitas merek.

Kata Kunci: Kampanye yang Menguntungkan, Relevansi Konten, Kekinian Konten, Popularitas Konten, Loyalitas Merek

**ABSTRACT**  
**THE EFFECT OF MARKETING THROUGH INSTAGRAM SOCIAL  
MEDIA ON BENTO KOPI'S CONSUMERS BRAND LOYALTY**

Putrisia Yumi Sakaisa  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2023

This study aims to determine the effect of: (1) advantage campaigns on brand loyalty, (2) content relevance on brand loyalty, (3) content currentness on brand loyalty, (4) content popularity on brand loyalty. The sampling technique used purposive sampling. Data were obtained by distributing questionnaires about advantage campaigns, content relevance, content currentness, content popularity, and brand loyalty to 100 respondents. Data analysis using descriptive analysis techniques, classical assumption tests, and multiple linear analysis assisted by the SPSS version 29 program. The results showed that: (1) advantage campaigns has no effect on brand loyalty, (2) content relevance has no effect on brand loyalty, (3) content currentness has a positive effect on brand loyalty, (4) content popularity has a positive effect on brand loyalty.

Keywords: Advantage Campaigns, Content Relevance, Content Currentness, Content Popularity, Brand Loyalty