

## ABSTRAK

Muhammad Shaffli (01619230002)

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, TINGKAT KEPERCAYAAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP LOYALITAS *FOLLOWERS* MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN USS FEED DENGAN TINGKAT KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING: STUDI KASUS GENERASI Z DI JAKARTA**

(xv + 101 halaman; 24 tabel; 14 gambar; 3 lampiran )

Digitalisasi membuat hampir semua perusahaan memiliki media sosial sebagai saluran untuk berkomunikasi dengan khalayaknya, khususnya media daring, hal ini kemudian menimbulkan kondisi persaingan antar media daring. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *content marketing*, tingkat kepercayaan dan citra merek terhadap loyalitas pengikut media sosial instagram akun @USS Feed dengan tingkat kepuasan sebagai variabel intervening. Penelitian dilakukan terhadap 140 responden yang telah mengikuti akun @USS Feed di Instagram, sampel pada penelitian ini diambil dengan pendekatan *convenience sampling*. Analisa pada penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisa *partial least square – structural equation model* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua hipotesis diterima, artinya *content marketing*, citra merek, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas *follower*, begitu juga dengan *content marketing*, citra merek dan kepercayaan yang berpengaruh positif terhadap kepuasan pengikut. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa pihak manajerial perlu memperhatikan konten yang bersifat dua arah dan konten yang dapat dipercaya, serta disarankan pihak manajerial untuk dapat melakukan *quality check* terutama ketika konten yang akan di-posting merupakan konten yang sensitif. Pihak manajerial juga perlu berusaha untuk memiliki konten yang unik dan berkualitas, secara berkala pihak manajerial USS FEED perlu membentuk tim khusus yang bertugas untuk mencari ide konten menarik yang diharapkan dapat meningkatkan image dari USS FEED, dengan tujuan untuk dapat membuat konsumen tetap loyal menggunakan USS FEED di media sosial Instagram sebagai media untuk mencari informasi atau membaca berita.

Kata Kunci : Sosial Media, Loyalitas *Follower*, *Content marketing*, Kepercayaan, *Brand image*

Referensi: 78 (2016-2024)