

ABSTRAK

DHIMAS DAMARGALIH ERLANDIANTO, 10822279.

Pengaruh Terpaan Media dan Kualitas Konten Akun Instagram @thanksinsomnia Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pengikut Instagram)

Kata Kunci: Terpaan Media, Kualitas Konten, Loyalitas Pelanggan, Instagram, *Uses and Gratifications*.

(xiii + 73 + lampiran)

Penelitian ini membahas pengaruh terpaan media dan kualitas konten akun Instagram @thanksinsomnia terhadap loyalitas pelanggan di kalangan pengikutnya. Latar belakang penelitian ini didasari oleh semakin populernya Instagram sebagai sarana pemasaran bagi merek fesyen lokal, termasuk Thanksinsomnia, yang aktif memanfaatkan konten visual untuk menjaga kedekatan dengan pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana terpaan media dan kualitas konten, baik secara terpisah maupun bersama-sama, dapat memengaruhi loyalitas pelanggan terhadap akun tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatif, berlandaskan teori Uses and Gratifications yang menekankan peran aktif khalayak dalam memilih dan memanfaatkan media untuk memenuhi kebutuhannya. Populasi penelitian adalah pengikut akun Instagram @thanksinsomnia, dengan sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, seperti aktif menggunakan Instagram dan pernah menjadi pelanggan Thanksinsomnia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan media memberikan pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, ditandai dengan kebiasaan responden yang secara rutin mengikuti unggahan akun tersebut. Kualitas konten juga terbukti berperan penting, terutama pada aspek ketepatan waktu penyampaian informasi produk yang dinilai tinggi oleh responden. Secara keseluruhan, kedua variabel ini, baik secara parsial maupun bersama-sama, terbukti berkontribusi nyata dalam membentuk loyalitas pelanggan, dengan kedua variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan sekitar 70,3% variasi loyalitas pelanggan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini memperkuat asumsi teori Uses and Gratifications bahwa pemenuhan motif kognitif dan kepuasan penggunaan media dapat mendorong ketergantungan dan loyalitas khalayak terhadap sumber informasi yang mereka ikuti.

Daftar Pustaka (2016 – 2025)