

JUDUL: PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES*  
(INSTAGRAM) DALAM MENCIPTAKAN *BRAND LOYALTY* PADA  
PRODUK *FASHION* DI SURABAYA

Nama: Christopher Celestis Cahyo

Jurusan/Program Studi: Manajemen

Pembimbing: Indahrini

Christina Rahardja Honantha

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor dimensi *social media marketing* yaitu *WOM*, *Customization*, *Trendiness*, *Interaction*, dan *Entertainment*, serta variabel mediasi yaitu *brand consciousness* dan *value consciousness* terhadap *brand loyalty* pada pengguna media sosial Instagram pada produk *fashion* di Surabaya.

Pengolahan data penelitian ini menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) versi 18 dan IBM-AMOS 22 Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*. 160 responden diambil dari pengguna media sosial Instagram pada produk *fashion* di Surabaya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand consciousness* dan *value consciousness* berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi mediasi parsial terhadap *brand loyalty* pada pengguna media sosial Instagram pada produk *fashion* di Surabaya.

Kata kunci: *Brand consciousness*, *Brand loyalty*, *Social media marketing*, *Value consciousness*.

JUDUL: PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES*  
(INSTAGRAM) DALAM MENCIPTAKAN *BRAND LOYALTY* PADA  
PRODUK *FASHION* DI SURABAYA

Nama: Christopher Celestis Cahyo

Jurusan/Program Studi: Manajemen

Pembimbing: Indahrini

Christina Rahardja Honantha

**ABSTRAK**

*This study aims to analyze the influence of social media marketing dimensions, namely WOM, Customization, Trendiness, Interaction, and Entertainment, as well as mediating variables, namely brand consciousness and value consciousness to brand loyalty from Instagram social media users on fashion products in Surabaya.*

*Data processing this research using Statistical Package for Social Sciences program (SPSS) version 18 and IBM-AMOS 22. The sampling technique uses non-probability sampling. 160 respondents were taken from Instagram social media users on fashion products in Surabaya.*

*The result of this research shows that variables brand consciousness and value consciousness has positive and significant influence and also become partial mediation to brand loyalty from Instagram social media users on fashion products in Surabaya.*

*Keywords: Brand consciousness, Brand loyalty, Social media marketing, Value consciousness.*