

## ABSTRAK

Shyan Jerrel B Simanjuntak. Evaluasi Faktor Content Marketing dan Customer Engagement Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Instagram Tribe Fit. Dibimbing oleh Asmara Wildani Pasaribu, S.Sos, MM dan Enty Evasari Simanjuntak, SE, M.S.M

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui *content marketing* dan *customer engagement* memiliki hubungan yang simultan terhadap loyalitas pelanggan Jenis penelitian adalah kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut (*followers*) pada Instagram Tribe Fit. Terhitung mulai dari November 2023, pengikut Instagram Tribe Fit tercatat berjumlah 22.000 *followers* yang akan dikategorikan sebagai populasi pada penelitian ini. Untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan, menggunakan rumus Slovin dengan persentase kelonggaran ketidakteelitian sebesar 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan observasi, dokumentasi serta kuesioner dengan skala pengukuran data Skala Likert. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas serta asumsi klasik. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *content marketing* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada instagram Tribe Fit. *customer engagement* memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada instagram Tribe Fit. Berdasarkan hasil uji F, *content marketing* dan *customer engagement* secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada instagram Tribe Fit

**Kata kunci:** *Content Marketing, Customer Engagement, Loyalitas Pelanggan.*

## **ABSTRACT**

**Shyan Jerrel B Simanjuntak. Evaluation of Content Marketing and Customer Engagement Factors in Increasing Customer Loyalty on Instagram Tribe Fit. Supervised by Asmara Wildani Pasaribu, S.Sos, MM and Enty Evasari Simanjuntak, SE, M.S.M**

This study aims to find out content marketing and customer engagement have a simultaneous relationship to customer loyalty. This type of research is quantitative. The population used in this study were all followers on Tribe Fit's Instagram. Starting from November 2023, Tribe Fit's Instagram followers were recorded at 22,000 followers which will be categorized as the population in this study. To determine the number of samples required, using the Slovin formula with a percentage of allowance for inaccuracy of 10%, so that a sample size of 100 respondents was obtained. Data collection techniques in this study were observation, documentation and questionnaires with a Likert Scale data measurement scale. Data analysis techniques use validity, reliability and classical assumption tests. The data analysis method uses multiple linear regression with the help of the SPSS program. The results showed that content marketing has no effect on customer loyalty on Tribe Fit Instagram. customer engagement has an influence on customer loyalty on Tribe Fit Instagram. Based on the results of the F test, content marketing and customer engagement simultaneously affect customer loyalty on Tribe Fit Instagram.

**Keywords:** Content Marketing, Customer Engagement, Customer Loyalty.