

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar efektivitas media sosial Line@ Burger King ID terhadap loyalitas di Jabodetabek. Akun Line@ Burger King ID merupakan akun yang paling bertahan aktif dibandingkan akun Line usaha sejenis, dan akun terbanyak *addersnya* dibandingkan usaha sejenis lain yang masih menggunakan Line. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis seberapa efektif akun media sosial Line@ Burger King ID secara parsial dan simultan terhadap loyalitas pelanggan di Jabodetabek. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif asosiatif. Pengambilan sampel yang dilakukan dengan *Probability Sampling*. Dengan responden 400 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil uji hipotesis menggunakan uji-t menunjukkan  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  yaitu pemahaman (X1):  $3,562 \geq 1,962$ , kesenangan (X2):  $4,681 \geq 1,962$ , mempengaruhi sikap (X3):  $5,966 \geq 1,962$ , hubungan sosial yang baik (X4):  $3,510 \geq 1,962$  dan tindakan(X5):  $4,379 \geq 1,962$ . Dan hasil uji hipotesis menggunakan uji F menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu sebesar  $92,716 > 2,2368$  dan nilai signifikan F sebesar  $0,000 < 0,05$  (5%).

**Kata kunci:** Efektivitas Media Sosial, Loyalitas Pelanggan, Line@.