

ABSTRAK

Traveloka merupakan perusahaan teknologi bergerak pada bidang biro perjalanan sebagai penyedia jasa tiket transportasi, penginapan, gaya hidup, serta bagian keuangan online terkemuka. Instagram Traveloka dan brand image yang telah melekat dibenak konsumen. Namun strategi marketing instagram traveloka dengan komentar konsumen menjadi masalah dengan kepercayaan dan loyalitas terhadap traveloka. Selain itu, tingkat statistik like dan postingan instagram traveloka fluktuatif. Tanpa disadari merek Traveloka yang terkenal banyak memiliki kendala dan keluhan dari konsumen.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana social media marketing instagram, brand image terhadap loyalitas konsumen traveloka. Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dampak social media marketing instagram dan brand image pada instagram traveloka terhadap loyalitas konsumen secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sample dilakukan dengan metode nonprobability sample dan jumlah reponden sebanyak 100 orang konsumen traveloka. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan pada analisis deskriptif terhadap social media marketing instagram sebesar 76,8% masuk kedalam kategori baik, brand image sebesar 87,71% masuk kedalam kategori sangat baik untuk loyalitas konsumen sebesar 82,69% termasuk kedalam kategori baik. Secara parsial, social media marketing instagram dan brand image pada instagram traveloka berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen. Secara simultan, terdapat pengaruh yang signifikan dari social media marketing instagram dan brand image pada instagram traveloka berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen

Kata kunci : Social Media Marketing Instagram, *Brand Image*, Loyalitas Konsumen