

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh isi konten media sosial instagram terhadap *brand image* Erigo. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh dari isi konten media sosial instagram terhadap *brand image* Erigo. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian analisis deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan, isi konten media sosial instagram berpengaruh signifikan terhadap *brand image* erigo. Hal ini dibuktikan dengan uji hipotesis secara parsial (uji t) didapatkan data bahwa variabel media sosial berpengaruh signifikan terhadap *brand image* erigo. Berdasarkan uji koefisien determinasi didapatkan data bahwa keseluruhan variabel media sosial memiliki pengaruh yang baik terhadap variabel *brand image*. Kesimpulan penelitian ini, terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi secara baik dari isi konten media sosial instagram terhadap brand image Erigo.

Kata Kunci: Konten, Media Sosial, Citra Merek, Erigo.