

ABSTRACT

Penelitian ini menganalisis pengaruh iklan program bale di Instagram @BTN terhadap peningkatan loyalitas merek Bank Tabungan Negara yang bertujuan untuk mengukur pengaruh iklan Instagram terhadap loyalitas merek. Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah kuantitatif dan pengambilan sampel melalui kuesioner online yang dibagikan kepada 384 responden, dengan kriteria sebagai pengguna Instagram dan telah melihat iklan Bale pada instagram. Data diuji menggunakan uji non-parametrik melalui uji Spearman, serta regresi linier sederhana dengan metode *robust standard error* untuk mengatasi heteroskedastisitas. Pada hasil penelitian, variabel iklan (X) memiliki nilai persentase di angka 89.86% pada garis kontinuitasnya. Sementara itu, variabel loyalitas merek (Y) mendapatkan angka 87.21% yang menyimpulkan korelasi positif yang signifikan antara iklan program Bale dan loyalitas merek. Hal ini dapat disimpulkan bahwa iklan program Bale di Instagram @BTN mempunyai peran penting dalam meningkatkan loyalitas merek yang bisa membangun hubungan pelanggan yang kuat dan jangka panjang bagi Bank Tabungan Negara.

Kata Kunci: Iklan, Loyalitas Brand, Instagram