

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Media Marketing*, *Customer Experience* dan *Influencer* terhadap *Brand Loyalty* pada pelanggan Eiger Jember. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Eiger yang ada di Jember, dengan sampel sebanyak 120 orang. Sampel diambil dengan menggunakan Teknik *Non Probability Sampling* yaitu *Purposive Sampling* dimana penentuan sampel ini dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui kuisisioner yang disebarakan secara offline dan online kepada responden yang merupakan konsumen Eiger.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty*. *Customer Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty*. *Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty*. Dengan meningkatkan strategi pemasaran digital dengan fokus pada interaksi di media sosial, pengalaman pelanggan yang konsisten, dan kolaborasi dengan *Influencer* yang sesuai dengan citra merek akan mempertahankan serta meningkatkan loyalitas merek kepada pelanggan.



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Social Media Marketing, Customer Experience, and Influencer on Brand Loyalty among Eiger customers in Jember. This research employs a quantitative method with a multiple linear regression analysis approach. The population of this study consists of Eiger consumers in Jember, with a sample size of 120 respondents. The sample was selected using a Non-Probability Sampling technique, specifically Purposive Sampling, where the sample determination is based on specific considerations or criteria. Data collection was conducted through questionnaires distributed both offline and online to respondents who are Eiger customers.

The results of the study indicate that the Social Media Marketing variable has a positive and significant effect on Brand Loyalty. Customer Experience also has a positive and significant effect on Brand Loyalty. Similarly, the Influencer variable positively and significantly affects Brand Loyalty. By enhancing digital marketing strategies focusing on social media interactions, consistent customer experiences, and collaborations with influencers aligned with the brand image, companies can maintain and increase customer brand loyalty.

