

**PENGARUH DAYA TARIK IKLAN *GO-FOOD* DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Survei Pada *Followers* Media Sosial *Instagram* @gofoodjakarta Tahun 2017)

Ikhsan Edwin Nugraha

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah pada era globalisasi saat ini dalam bidang teknologi semakin berkembang pesat karena manusia pada masa kini bergantung dengan teknologi karena teknologi berbasis *online* ini menjadi peluang bagi setiap orang untuk mendapatkan berbagai macam sumber informasi, dan lainnya ada juga yang memanfaatkan teknologi ini menjadi peluang bisnis, dapat mengubah perilaku masyarakat menjadi konsumtif dengan adanya fenomena ini dengan munculnya teknologi baru yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dengan munculnya aplikasi *GO-FOOD* ini di masyarakat menjadi perilaku masyarakat untuk berbelanja di bidang kuliner. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik iklan *GO-FOOD* dalam media sosial *instagram* terhadap loyalitas pelanggan. pengaruh yang ditimbulkan oleh daya tarik iklan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 76,1% pengaruh yang ditimbulkan karena tampilan gambar foto menu kuliner menarik, promo-promo, biaya ongkos kirim sedangkan sisanya sebesar 23,9% disebabkan oleh faktor lain yang tidak penulis teliti dalam penelitian ini, seperti adanya melalui media lainnya, *word of mouth*, *Above The Line* (media lini atas) dan *Bellow The Line* (media lini bawah), dan sebagainya.

Kata kunci : Daya Tarik, Iklan, *GO-FOOD*, Loyalitas Pelanggan

**THE INFLUENCE OF THE APPEAL *GO-FOOD* ADVERTISING IN
SOCIAL MEDIA INSTAGRAM TOWARD CUSTOMER LOYALTY
(Survey On Social Media *Followers Instagram @gofoodjakarta* 2017)**

Ikhsan Edwin Nugraha

ABSTRACT

The background of this research in the current era of globalization in the field of technology is growing rapidly because humans in the present depend on technology because of online-based technology. Becoming an opportunity for everyone to get various sources of information, and some are utilizing this technology into business opportunities, can change the behavior of society to be consumptive in the presence of this phenomenon with the emergence of new technology needed by the community. With the advent of GO-FOOD applications in the community became the behavior of people to shop in the field of culinary. The purpose of this study to determine how much influence the attractiveness of advertising GO-FOOD in social media instagram of customer loyalty. The influence caused by the attractiveness of advertising to customer loyalty of 76.1% influence caused by the appearance of culinary photo images interesting menu, promo-promo, cost of postage and the rest of 23.9% caused by other factors that are not thorough author in this research, As is through other media, word of mouth, above line (line media) and underline (bottom line media), and so on.

Keywords : Attractiveness, Advertisement, *GO-FOOD*, Customer Loyalty