

ABSTRAK

Armelia. Pengaruh Strategi Komunikasi Digital Brand Glad2Glow Di TikTok Terhadap Loyalitas Konsnmen Gen Z Di Kota Makassar
(dihimhing oleb Ahmad Syarif & Indah Pratiwi)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi komunikasi digital brand Glad2Glow di platform TikTok terhadap loyalitas konsumen Generasi Z di Kota Makassar. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pesatnya perkembangan media sosial, khususnya TikTok, sebagai sarana komunikasi pemasaran digital yang efektif dalam membangun hubungan dengan konsumen, serta meningkatnya penggunaan media sosial oleh Generasi Z sebagai sumber utama dalam mencari informasi dan referensi produk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang merupakan pengguna TikTok dan konsumen produk Glad2Glow dari kalangan Generasi Z di Kota Makassar. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert, yang disusun berdasarkan indikator strategi komunikasi digital dan loyalitas konsumen, sedangkan analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, serta koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh brand Glad2Glow di TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 6,959 dengan tingkat signifikansi 0,001 ($< 0,10$), sehingga hipotesis alternatif diterima. Selain itu, nilai koefisien determinasi sebesar 0,331 menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital memberikan kontribusi sebesar 33,1% terhadap loyalitas konsumen, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa pemanfaatan fitur TikTok secara optimal, konsistensi komunikasi, serta kreativitas konten memiliki peran penting dalam meningkatkan keterikatan dan kesetiaan konsumen. Dengan demikian, strategi komunikasi digital yang efektif dapat menjadi kunci dalam membangun loyalitas konsumen di era digital.

Kata kunci: strategi komunikasi digital, TikTok, loyalitas konsumen, Generasi Z, brand Glad2Glow