

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* dan *brand equity* terhadap *brand loyalty* nasabah BRI di Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pengaruh langsung dan tidak langsung dari *social media marketing* dan *brand equity* terhadap *brand loyalty*. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research* yang menjelaskan hubungan kausan antara variabel variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 120 responden. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah yang pernah dan dapat mengakses Instagram @bankbri_id. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis jalur dan uji sobel dengan SPSS 25. Dari hasil pengujian dapat disimpulkan bahwa *social media marketing* memiliki pengaruh langsung terhadap *brand equity*. *Brand equity* memiliki pengaruh langsung terhadap *brand loyalty*. Di lain sisi, *social media marketing* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap *brand loyalty*. *Social media marketing* memiliki pengaruh tidak langsung terhadap *brand loyalty* melalui *brand equity*.

Kata Kunci: *Social media marketing, brand equity, brand loyalty*

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of social media marketing and brand equity on the brand loyalty of BRI customers in Yogyakarta. The results of this study demonstrate the direct and indirect effects of social media marketing and brand equity on brand loyalty. This research is of explanatory nature, explaining the causal relationship between variables through hypothesis testing. The sample for this study consisted of 120 respondents. The population of this research includes customers who have accessed the Instagram account @bankbri_id. Data analysis in this study utilized path analysis and Sobel test using SPSS 25. From the test results, it can be concluded that social media marketing has a direct influence on brand equity. Brand equity has a direct influence on brand loyalty. On the other hand, social media marketing does not have a direct influence on brand loyalty. Social media marketing has an indirect influence on brand loyalty through brand equity.

Keywords: *Social media marketing, brand equity, brand loyalty*