

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh kampanye lingkungan #LoveAvoskinLoveEarth terhadap loyalitas pelanggan pada Instagram @AvoskinBeauty. Kampanye ini merupakan bagian dari strategi keberlanjutan merek Avoskin yang bertujuan untuk mempromosikan kesadaran lingkungan dan meningkatkan keterikatan pelanggan terhadap produk yang ramah lingkungan. Dengan meningkatnya kepedulian konsumen terhadap isu keberlanjutan, Avoskin mengoptimalkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana komunikasi utama. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kampanye tersebut terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan teori loyalitas pelanggan dari Griffin serta teori Message Design Logic dari O'Keefe sebagai landasan konseptual. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan instrumen kuesioner yang disebarakan kepada responden yang merupakan pengguna produk Avoskin dan mengikuti kampanye #LoveAvoskinLoveEarth. Data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kampanye ini berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sebesar 17,2%. Pelanggan yang lebih terlibat dalam kampanye menunjukkan tingkat loyalitas yang lebih tinggi terhadap merek Avoskin. Kesimpulannya, kampanye berbasis keberlanjutan yang dikomunikasikan melalui media sosial mampu memperkuat hubungan antara merek dan pelanggan serta meningkatkan loyalitas terhadap produk yang mendukung nilai-nilai keberlanjutan.

Kata kunci: Kampanye lingkungan, loyalitas pelanggan, keberlanjutan, Avoskin, Instagram.