

PENGARUH KONTEN PEMASARAN DIGITAL DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT BERKUNJUNG (STUDI PADA PENGIKUT AKUN INSTAGRAM @JKTBUCKETLIST)

ABSTRAK

Abstract: *The purpose of this study is to see the effect of digital marketing content and brand trust on visiting interest (study on @jktbucketlist instagram account). This research uses a quantitative approach. Samples of this study was 115 respondents who follow the @jktbucketlist instagram account for more than 6 months. Data processing techniques using multiple linear regression analysis. The results explain that digital marketing content affects visiting interest, brand trust affects visiting interest, and also simultaneously digital marketing content and brand trust affect visiting interest.*

Keywords: *content digital marketing, brand trust, interest to visit*

Abstrak: *Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh konten pemasaran digital dan kepercayaan merek terhadap minat berkunjung (studi pada akun instagram @jktbucketlist). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah 115 responden yang mengikuti akun instagram @jktbucketlist selama lebih dari 6 bulan. Teknik pengolahan data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil tersebut menjelaskan bahwa konten pemasaran digital mempengaruhi minat berkunjung, kepercayaan merek mempengaruhi minat berkunjung, dan juga secara bersamaan konten pemasaran digital dan kepercayaan merek mempengaruhi minat berkunjung.*

Kata Kunci: *konten pemasaran digital, kepercayaan merek, minat berkunjung*