

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh hiburan, interaksi, EWOM, dan trendiness terhadap keterikatan pelanggan-merek dan kesadaran merek serta citra merek di halaman Instagram produk Ethis (@ethis.co.id). Hiburan, interaksi, EWOM, dan trendiness merupakan wujud dari *social media marketing* (pemasaran melalui media sosial). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengikut Instagram ethis.co.id yang menjadi pendana dengan rentang usia lebih besar dari 18 tahun. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 105 responden. Metode analisis yang digunakan adalah *partial least square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel hiburan tidak memiliki pengaruh terhadap keterikatan pelanggan-merek. Lebih lanjut, interaksi, EWOM, dan trendiness memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keterikatan pelanggan-merek. Untuk variabel keterikatan pelanggan-merek berpengaruh signifikan terhadap kesadaran dan citra merek.

**Kata kunci:** citra merek, EWOM, hiburan, interaksi, Instagram, keterikatan pelanggan-merek, kesadaran merek, *trendiness*

## **ABSTRACT**

This research is aimed at analysing the influence of entertainment, EWOM, interaction, and trendiness towards consumer-brand engagement, brand awareness, and brand image on the Ethis brand Instagram page (@ethis.co.id). Entertainment, EWOM, interaction, and trendiness are the forms of social media marketing. The Sample used in the research are Ethis funder who follow Instagram ethis.co.id that are more than 18 years old. This research uses 105 respondents for their sample. The analysis method used is partial least square (PLS). Results indicate that entertainment isn't significant influence on the consumer-brand engagement. Moreover, EWOM, interaction, and trendiness has positive significant effect on the consumer-brand engagement variable. For the consumer-brand engagement was found significant towards brand awareness and brand image.

**Keywords:** brand image, EWOM, entertainment, interaction, Instagram, consumer-brand engagement, brand awareness, trendiness