

ABSTRAK

Pertumbuhan *e-commerce* yang kian pesat mendorong pelaku bisnis untuk mengelola usahanya secara *online*. Kehadiran media sosial sebagai *platform* dalam mengembangkan usaha *online* semakin mendukung aktivitas pemasaran secara *online* atau yang kini dikenal dengan *social media marketing*. Aktivitas pemasaran *online* yang semakin mudah mendorong persaingan yang ketat dalam bisnis *online*. Peran konsumen menjadi sangat penting di tengah ketatnya persaingan bisnis *online*. Pemasar berlomba-lomba untuk menarik konsumen melalui *platform* media sosial yang banyak digunakan oleh target konsumennya, salah satunya dengan melakukan *customer engagement*. Adanya *customer engagement* dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap *brand* atau perusahaan serta membangun loyalitas yang akan menguntungkan *brand* atau perusahaan dalam jangka panjang.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh tingkat penggunaan media sosial Instagram terhadap *customer engagement* Amazara (@amazara.id). Selain itu, penelitian ini juga ingin melihat efektivitas media sosial Instagram dalam praktik *customer engagement*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 400 *followers* akun Instagram Amazara (@amazara.id). Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan uji korelasi dan regresi melalui aplikasi SPSS. Hasil yang diperoleh menunjukkan pengaruh yang signifikan antara tingkat penggunaan media sosial Instagram terhadap *customer engagement* Amazara, khususnya pada dimensi kognitif. Selanjutnya, ditemukan pula bahwa media sosial Instagram merupakan saluran yang efektif dalam praktik *customer engagement*.

Kata kunci : *social media marketing, tingkat penggunaan media sosial, instagram, customer engagement, bisnis online*

ABSTRACT

The rapid growth of e-commerce stimulates business owner to manage their business through online way. Social media presence as platform to expand online business supports the online marketing known as social media marketing. Facilitated social media marketing activity stimulates strict competition among online business. The role of customer becomes the most important for social media marketing activity. Marketer compete to each other in order to gain as many as customers through social media platform which is mostly used by their target market. One of them is applying customer engagement through social media. The presence of customer engagement can increase brand awareness and brand loyalty for longterm.

The purpose of this research is to find out the influence of Instagram platform usage level towards customer engagement of Amazara. This study also would like to observe the effectivity of Instagram usage in applying customer engagement. This research adopted quantitative approach and used survey method. This survey method was executed by spreading questionnaire to 400 accounts of Amazara Instagram followers. The collected data then was analyzed by using correlation and regression test through SPSS application. From the research that has been conducted, it can be concluded that the level of Instagram usage influences the level of customer engagement of Amazara. There is significant correlation between both variables, particularly to the cognitive dimension of customer engagement. Furthermore, based on the research, the usage of Instagram is an effective way in applying customer engagement.

Keywords : *social media marketing, level of social media usage, instagram, customer engagement, online shopping*