

INTISARI

Pengaruh Customer Engagement dan Followership Terhadap Minat Beli Konsumen Online di Platform Social Media Live Streaming

Oleh:

M. Fadli Septiade Putra (2012140017)

Email: fadliseptiadeputra@gmail.com

Latar belakang dari penelitian adalah karena adanya trend pembelian diplatform live streaming media sosial yang sangat tinggi dalam bisnis digital akan tetapi masih sedikit penelitian yang berusaha menyelidiki apa yang menyebabkan tingginya minat beli konsumen di platform live streaming tersebut. Karena itu penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki variabel-variabel yang memiliki kemungkinan menjadi faktor utama yang menentukan tingginya minat beli online di platform live streaming media sosial. Peneliti menghipotesiskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Customer Engagement dan Followership Terhadap Minat Beli Konsumen Online Di Platform Social Media Live streaming, yang akan dibuktikan secara statistik. Jenis Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif kausalitas, dengan populasi penelitian adalah pengguna platform media sosial di indonesia dan teknik pengambilan sample adalah non probability sampling dimana jumlah sample yang diselidiki adalah sebanyak 119 responden. Alat analisis yang digunakan adalah SEM-PLS untuk mengidentifikasi hubungan antara customer engagement, followership dan minat beli online platform live streaming media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Customer Engagement terhadap Followership memiliki pengaruh besar dibandingkan Customer Engagement terhadap Minat Beli. Hal ini dapat disimpulkan aktifnya keterlibatan pelanggan terhadap followership dalam meningkatkan daya minat beli konsumen online di platform media sosial live streaming.

Kata Kunci: *Customer Engagement, Followership, Minat Beli, Live Streaming, Social Media.*