

RINGKASAN

Rendahnya tingkat *social media marketing* terhadap *customer engagement* yang ada pada konten-konten instagram Sabina Hijab Purwokerto. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *social media marketing* terhadap *customer engagement* pada Sabina Hijab Purwokerto. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan asosiatif. Pengumpulan data dalam bentuk kuesioner menggunakan *google docs* dengan menyebarkan *link* kuesioner kepada *followers* instagram @sabinahijab.id. Sample yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 102 responden. Teknis analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan aplikasi *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS). Berdasarkan simpulan analisis data ini terdapat hubungan yang lemah pada uji korelasi dengan nilai sebesar 0,204. Koefisien determinasi yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat pengaruh sebesar 4,2% pada *social media marketing* terhadap *customer engagement* sedangkan 95,8% dipengaruhi oleh lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian.

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Customer Engagement, Instagram.*



ABSTRACT

Low level of social media marketing towards customer engagement in content instagram Sabina Hijab Purwokerto. The purpose of this research is to know the extent of the influence of social media marketing towards customer engagement on Sabina Hijab Purwokerto. The research method used is descriptive method with associative. The collection of data in the form of a questionnaire using google docs by spreading the link questionnaires to followers instagram. id @sabinahijab. The sample used in this study amounted to 102 respondents. Technical analysis data using simple linear regression analysis using application Statistical Package for Social Sciences (SPSS). Based on the conclusions of this analysis of data there is a weak relationship in correlation with the test value of 0.204. The determination coefficient obtained indicate that there is an influence of 4.2% on social media marketing towards customer engagement while 95.8% is influenced by the other that are not examined in the study.

Keywords : Social Media Marketing, Customer Engagement, Instagram.

