

***THE EFFECT OF INFLUENCER MARKETING AND CONTENT
MARKETING ON CUSTOMER ENGAGEMENT AND PURCHASE
DECISION ON FOLLOWERS OF THE @MITRAJAWI INSTAGRAM
ACCOUNT***

**Stella Evania
Manajemen**

ABSTRAK

Media sosial semakin populer dan banyak digunakan oleh para pelaku bisnis. Media sosial merupakan sarana yang strategis untuk mempromosikan merk atau produk serta tempat untuk membangun hubungan atau interaksi *online* dengan konsumen. Penggunaan jasa *influencer* semakin populer di kalangan pelaku usaha saat ini dalam strategi pemasarannya. *Influencer* berperan sebagai tokoh atau orang yang dipakai jasanya oleh suatu bisnis atau pelaku usaha untuk mempromosikan produk atau jasanya untuk menarik minat hingga sampai pada keputusan pembelian. Selain itu, *content marketing* juga hadir sebagai suatu teknik pemasaran yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan mengunggah konten yang menarik di media sosial mereka dalam rangka mempengaruhi perilaku konsumen. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *influencer marketing*, *content marketing* terhadap *customer engagement*, yang pada gilirannya akan berdampak pada *purchase decision* konsumen ke toko Mitra Jawi Pontianak. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah responden 204 orang melalui teknik purposive sampling. Menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan alat bantu AMOS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *influencer marketing* dan *content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer engagement*. Adapun *influencer marketing* dan *content marketing* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*. *Customer engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision* dan memainkan peran mediasi yang signifikan terhadap *influencer marketing* dan *content marketing*.

Keywords: *Influencer Marketing, Content Marketing, Customer Engagement, Purchase Decision*

***THE EFFECT OF INFLUENCER MARKETING AND CONTENT
MARKETING ON CUSTOMER ENGAGEMENT AND PURCHASE
DECISIONS ON FOLLOWERS OF THE @MITRA JAWI INSTAGRAM
ACCOUNT***

**Stella Evania
Manajemen**

ABSTRACT

Social media is increasingly popular and widely used by business people. Social media is a strategic tool for promoting brands or products and a place to build online relationships or interactions with consumers. Influencer services are increasingly popular among business people today in their marketing strategy. Influencers act as figures or people whose services are used by a business or business actor to promote their products or services, attract interest, and arrive at a purchase decision. In addition, content marketing is also a marketing technique carried out by businesses by uploading exciting content on their social media to influence consumer behavior. The purpose of this research is to analyze the effect of influencer marketing and content marketing on customer engagement, which in turn will have an impact on consumer purchase decisions to go to the Mitra Jawi Pontianak store. The data collection method used a questionnaire comprising 204 respondents through a purposive sampling technique and Structural Equation Modeling (SEM) with AMOS 26 tools. The results of this study indicate that influencer marketing and content marketing have a positive and significant effect on customer engagement. Meanwhile, influencer marketing and content marketing also positively and significantly affect purchase decisions. Customer engagement has a positive and significant effect on purchase decisions and significantly influences influencer marketing and content marketing.

Keywords: *Influencer Marketing, Content Marketing, Customer Engagement, Purchase Decision*