

ABSTRAK

Aurelia Diva Prameswari, Nomor Induk Mahasiswa 152210034, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta dengan judul penelitian “Pengaruh *Content Marketing* terhadap *Customer Advocacy* melalui *Customer Engagement* pada Instagram @CFBEAUTY_”. Dosen Pembimbing Keny Rahmawati.

Penelitian ini dilakukan sebagai respon atas fluktuasi *engagement* audiens pada akun Instagram @CFBEAUTY_ serta untuk menjawab kesenjangan penelitian sebelumnya mengenai pengaruh *content marketing* terhadap *customer advocacy*. Dengan menguji peran *customer engagement* sebagai variabel intervening, penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan literatur pemasaran digital, sekaligus rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam membangun loyalitas dan *customer advocacy* melalui konten media sosial. Populasi penelitian ini adalah *followers* akun Instagram @CFBEAUTY_ dengan jumlah sampel sebanyak 104 responden dengan metode *purposive sampling*. Analisa data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial menggunakan metode *Struktural Equation Modelling* atau SEM dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Content Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Engagement*. 2) *Customer Engagement* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Advocacy*. 3) *Content Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Advocacy*. 4) *Content Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Advocacy* melalui *Customer Engagement*.

Berdasarkan penelitian, diharapkan CFBEAUTY dapat menyajikan konten yang lebih edukatif dan mencantumkan sumber ke dalam konten, memberikan *reward* kepada konsumen, dan meningkatkan emosional *branding*.

Kata Kunci: *Content Marketing, Customer Advocacy, Customer Engagement.*