

ABSTRAK

Peningkatan penetrasi penggunaan internet di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan *e-commerce* tertinggi di dunia. Kehadiran *lazada.co.id* di industri *e-commerce* pada tahun 2012, mampu menjadikan *lazada.co.id* menjadi salah satu situs jual beli *online* yang terkemuka di Indonesia. *Lazada.co.id* kini mampu mengklaim bahwa *brand* *Lazada.co.id* menjadi *top of minds* masyarakat.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat pengaruh dari aktivitas pemasaran sosial media yang dilakukan oleh *Lazada.co.id* terhadap *brand awareness*, *brand image* dan *brand loyalty*. Pada penelitian ini sub dimensi aktivitas pemasaran sosial media yang digunakan mengacu pada Bilgin (2018) yaitu, *entertainment*, *interaction*, *trendiness*, *advertisement* dan *customization*.

Data pada penelitian ini didapatkan dari penyebaran kuesioner secara online kepada responden yang merupakan *followers* media sosial Instagram *Lazada.co.id* sebanyak 400 orang. Seluruh data yang dikumpulkan telah memenuhi kriteria validitas dan realibilitas. Untuk menguji validitas dan realibilitas, peneliti menggunakan software SPSS versi 21. Selain itu, untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan software SmartPLS versi 3.2.8.

Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah terdapat 4 variabel yaitu, aktifitas pemasaran media sosial, *brand awareness*, *brand image* dan *brand loyalty* dengan 5 sub dimensi pada variabel aktifitas pemasaran media sosial yang mana, *entertainment* dan *interaction* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness*. *Interaction*, *trendiness*, dan *advertisement* tidak berpengaruh signifikan terhadap *brand image*, sisanya berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness* dan *brand image*. *Brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap *brand image*, *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty* dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *brand loyalty*.

Kata Kunci : *Aktifitas Pemasaran Media Sosial, Brand Awareness, Brand Image, Brand Loyalty.*