

ABSTRAK

Teknologi berkembang dan mengalami kemajuan sehingga memudahkan manusia untuk beraktivitas, salah satu kemajuan yang paling terlihat yaitu berkembangnya internet.,saat ini Facebook menjadi media sosial dengan pengguna paling besar yaitu sebanyak 1,8 miliar jiwa diseluruh dunia dan digunakan oleh IM3 Ooredoo dengan membuat laman facebook. Pengalaman perseptual, sosial, epistemik dan terwujud menjadi hal yang diteliti pengaruhnya terhadap *customer engagement* pada laman Facebook IM3 Ooredoo.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, menggunakan teknik analisis linier berganda dan menggunakan responden sebanyak 100 orang yang merupakan pengguna IM3 Ooredoo dan mengikuti laman Facebook IM3 Ooredoo. Variable-variabel yang akan diteliti adalah pengalaman perseptual, pengalaman sosial, pengalaman epistemik, dan pengalaman terwujud sebagai variable independen dan *customer engagement* sebagai variabel dependen.

Berdasarkan hasil olahan data bahwa variabel pengalaman perseptual memiliki kategori baik dengan persentase sebesar 76,95%. Variabel pengalaman sosial memiliki kategori baik dengan tingkat persentase sebesar 69,65%. Selanjutnya pada pengalaman epistemik berkategori baik dengan jumlah persentase 72,27% dan pada variabel pengalaman terwujud berkategori netral dengan persentase sebesar 58,65%. Sedangkan pada variabel Y yaitu *customer engagement* memiliki kategori baik dengan nilai persentase 65,4%. Secara parsial pengalaman perseptual, epistemik dan sosial tidak berpengaruh positif terhadap *customer engagement*, hanya pengalaman terwujud saja yang memberikan pengaruh positif terhadap *customer engagement*.

Berdasarkan hasil analisis, ada beberapa yang perlu ditingkatkan oleh IM3 Ooredoo pada laman facebooknya yaitu pengalaman terwujud karena pengalaman tersebut memiliki pengaruh positif kepada *customer engagement* tetapi penilaian responden bahwa pengalaman tersebut masih berkategori netral. Jika IM3 Ooredoo ingin meningkatkan *customer engagement* maka hal pertama yang harus ditingkatkan yaitu pengalaman terwujud seperti menambahkan acara, kuis ataupun kompetisi yang diadakan pada laman facebook IM3 Ooredoo.

Kata kunci : Pengalaman perseptual, Pengalaman sosial, Pengalaman epistemik, Pengalaman terwujud, *customer engagement*