

ABSTRAK

Internet di Indonesia semakin menunjukkan perkembangan yang sangat pesat. Berdasarkan hasil survei statistik mengenai mayoritas pengguna internet di Indonesia yang digunakan untuk mengakses *sosial media*, tentunya akan menguntungkan perusahaan dalam menggunakan *sosial media marketing* sebagai penyampaian informasi/pesan yang diterapkan kepada konsumen. Perusahaan dapat mengambil keuntungan dari komunitas interaktif pelanggan untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan dengan menggunakan media sosial

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh aktivitas pemasaran media sosial (SMMAs) instagram terhadap loyalitas pelanggan melalui driver ekuitas pelanggan (CEDS) di shopee. Penelitian ini melakukan survei terhadap pengguna Instagram dan konsumen pembeli yang berasal dari Indonesia.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif, jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dan analisis SEM (*structural equation model*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan aktivitas pemasaran media sosial dari instagram shopee ini telah secara signifikan dan positif berpengaruh terhadap semua variabel pada driver ekuitas pelanggan (CEDS). Kemudian, driver ekuitas pelanggan (CEDS) menunjukkan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan pada shopee.

Kata Kunci : aktivitas pemasaran media sosial, loyalitas konsumen