

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini memicu munculnya banyak perubahan sosial yang terjadi di masyarakat, salah satunya adalah bangkitnya industri ekonomi digital seperti *online marketplace*. *Online marketplace* adalah bentuk transformasi toko yang dibuat secara *online* yang membuat proses pembelian dan penjualan menjadi lebih efisien karena dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Di sisi lain banyaknya jumlah merek pasar *online* menyebabkan munculnya persaingan yang terjadi antara *online marketplace* sehingga diperlukan strategi agar merek tetap ada. Studi ini menguji pengaruh *consumption experience* yang dimiliki oleh pengguna terhadap *customer engagement* yang dimediasi oleh *brand love*. Penelitian ini menggunakan 100 sampel orang yang menggunakan aplikasi *online marketplace* menggunakan metode SEM-PLS dengan software SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh *consumption experience* yang dimiliki oleh pengguna *online marketplace* pada *customer engagement* dimediasi oleh *brand love*.

Kata kunci: *Consumption Experience, Brand Love, Customer Engagement, Online Marketplace*

ABSTRACT

The development of technology is currently triggering the emergence of many social changes that occur in society, one of which is the rise of the digital economic industry such as the online marketplace. Online marketplace is a form of shop transformation made online that makes the buying and selling process more efficient because it can be done anywhere and anytime. On the other hand the large number of online marketplace brands causes the emergence of competition that occurs between online marketplaces so that a strategy is needed so that a brand can still exist. This study examines the effect of consumption experience owned by marketplace users on customer engagement mediated by brand love. This study use 100 samples of people who use online marketplace applications using the SEM-PLS method with SmartPLS software. The results of this study indicate that the effect of consumption experience on customer engagement is mediated by brand love.

Keywords: Consumption Experience, Brand Love, Customer Engagement, Online Marketplace