

Analisis faktor faktor yang memengaruhi engagement follower pada akun online store di instagram : studi sasus Wanderlustbag = Analysis of factors affecting follower engagement at the online store on instagram: A Wanderlustbag case study

Susilo Hari Cahyono, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20516227&lokasi=lokal>

Abstrak

Indonesia memiliki jumlah pengguna Instagram terbesar keempat di dunia, selain itu Indonesia memiliki ecommerce adoption yaitu prosentase jumlah orang yang membeli barang melalui Internet tertinggi di dunia. Peluang tersebut seharusnya dapat dimanfaatkan oleh online store untuk memasarkan produknya melalui media instagram. Wanderlustbag adalah salah satu perusahaan rintisan yang menjual produk fashion di Instagram. Wanderlustbag saat ini mempunyai 11,700 follower dan setiap hari mengunggah konten secara rutin di Instagram, namun interaksi yang didapatkan masih sangat rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi tingkat interaksi follower pada suatu akun online store di Instagram. Hasil penelitian ini akan memberikan rekomendasi langkah yang perlu dilakukan perusahaan agar dapat meningkatkan interaksi dengan follower. Metodologi yang digunakan menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner secara daring. Proses pengolahan data dilakukan menggunakan metode PLS-SEM melalui evaluasi measurement model, structural model, dan pengujian hipotesis. Hasil pengujian menyatakan bahwa faktor sociability, interactivity, popularity, dan community involvement memberikan pengaruh terhadap interaksi follower, namun physical attractiveness tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap interaksi follower.

.....Indonesia has the fourth largest number of Instagram users in the world, besides that Indonesia has e-commerce adoption, which is the highest percentage of people who buy goods via the Internet in the world. This opportunity should be used by online stores to market their products through Instagram media. Wanderlustbag is a startup that sells fashion products on Instagram. Wanderlustbag currently has 11,700 followers and uploads content regularly on Instagram every day, but the interaction is still very low. This study aims to analyze the factors that affect the level of follower interaction on an online store account on Instagram. The results of this study will provide recommendations for steps the company needs to take in order to increase interaction with followers. The methodology used is using quantitative methods by distributing questionnaires online. The data processing process is carried out using the PLS-SEM method through evaluation of measurement models, structural models, and hypothesis testing. The test results state that the factors of sociability, interactivity, popularity, and community involvement have an effect on follower interactions, but physical attractiveness does not have a significant effect on follower interactions.