

## ABSTRAK

Media sosial kini menjadi peran penting bagi masyarakat di kehidupan sehari-hari. Terdapat banyak jenis media sosial yang ada, salah satu yang populer adalah Instagram. Perusahaan menggunakan media sosial untuk membangun *brand engagement* untuk mendorong loyalitas merek. Untuk memenangkan persaingan dalam penyedia layanan internet, IndiHome menggunakan strategi pemasaran media sosial Instagram untuk membangun loyalitas.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara *perceived value in brand page* (*perceived practical value*, *perceived stimulation*, *perceived enjoyment*, dan *perceived social identification*) pada *brand page engagement* serta pengaruh *brand page engagement* pada *brand loyalty* di IndiHome.

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui penyebaran kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 400 pengguna IndiHome yang pernah mengunjungi *brand page* Instagram IndiHome. Teknik analisa data yang dilakukan adalah dengan analisis deskriptif, analisis jalur diagram, dan SEM dengan menggunakan software AMOS 26.

Berdasarkan hasil pengujian ditemukan sebuah hasil yaitu *perceived practical value* tidak berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *brand page engagement* (*cognitive*, *affective*, *behavioural*) media sosial Instagram IndiHome, *perceived stimulation* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *brand page engagement* (*cognitive*, *affective*, *behavioural*) media sosial Instagram IndiHome, *perceived enjoyment* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *brand page engagement* (*cognitive*, *affective*, *behavioural*) media sosial Instagram IndiHome, *perceived social identification* tidak berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *brand page engagement* (*cognitive*, *affective*, *behavioural*) media sosial Instagram IndiHome, dan *brand page engagement* (*cognitive*, *affective*, *behavioural*) media sosial Instagram IndiHome berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *brand loyalty* IndiHome.

**Kata Kunci :** *perceived practical value*, *perceived stimulation*, *perceived enjoyment*, *perceived social identification*, *brand page engagement*, *brand loyalty*, IndiHome.