

ABSTRAK

Penelitian ini untuk memahami adakah efektivitas seberapa besar efektivitas antara komunikasi terapeutik terhadap customer engagement melalui aplikasi Alodokter. Penelitian ini memakai variabel bebas atau komunikasi terapeutik yaitu mendengarkan, pertanyaan terbuka, mengulangi, memberikan informasi dan menyimpulkan. Variabel terikat atau customer engagement yaitu enthusiasm, attention, absorption, interaction, dan identification. pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi pada penelitian ini adalah responden berjumlah 100 responden dengan teknik random sampling. Teknik analisis data yang digunakan pengujian hipotesis, pengujian hipotesis dikerjakan dengan uji t, didapatkan nilai t hitung sebesar (5,654) > t tabel (1,984) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya variabel komunikasi (X) memiliki efektivitas terhadap variabel customer engagement (Y). Nilai koefisien determinasi (r) sebesar 28,94% maka dapat dimaknai bahwa terdapat efektivitas komunikasi melalui aplikasi mobile Alodokter terhadap customer engagement namun tidak besar hanya 28,94% dan sisanya 71,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang membentuk customer engagement. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,538 yang artinya komunikasi terapeutik melalui aplikasi mobile Alodokter memiliki hubungan yang positif dan signifikan namun rendah terhadap customer engagement.

Kata kunci: Komunikasi Terapeutik, Customer Engagement, Alodokter.