

ABSTRAK

PT Darta Media Nusantara merupakan perusahaan yang menawarkan lingkungan kreatif seperti forum *online* dan jual beli barang/jasa secara *online* yang bernama Forum Jual Beli Kaskus. Melihat fenomena yang ada, masih rendahnya minat penggunaan Forum Jual Beli Kaskus untuk mencari barang yang diinginkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel *Social Identification*, *Customer Engagement* dan *Purchase Intention* pada penggunaan Forum Jual Beli Kaskus. Pengumpulan data dilakukan pada pengguna Forum Jual Beli Kaskus di Jakarta. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* yang tidak memungkinkan anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel atau tidak diketahui apakah memiliki kesempatan yang sama atau tidak. Penelitian ini menggunakan jenis *convenience sampling* yang di mana dilakukan dengan mengambil sampel yang tersedia dan memungkinkan dalam memberikan informasi bagi penelitian. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 255 pengguna Forum Jual Beli Kaskus. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hipotesis yang terdapat dalam penelitian ini diuji menggunakan metode penelitian *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *software* LISREL 8.80. Hasil penelitian ini menunjukkan *Customer-to-customer identification* berpengaruh signifikan terhadap *Customer-to-community Identification*, *Customer Attitudinal Engagement* berpengaruh signifikan terhadap *customer behavioural engagement*, *Customer-to-customer identification* berpengaruh signifikan terhadap *customer attitudinal engagement*, *customer-to-customer identification* berpengaruh signifikan terhadap *customer attitudinal engagement*, *customer attitudinal engagement* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention* pada Forum Jual Beli Kaskus.

Kata kunci: Forum Jual Beli Kaskus, *Purchase Intention*, *customer engagement*, *social identification*