

ABSTRAK

Analisis Strategi *Content Marketing* Terhadap *Customer Engagement* Produk *fashion* wanita

OLEH:

VILYA MAHARDIKA 11210008

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *content marketing* sebagai pemasaran digital terhadap *customer engagement* pada *brand fashion* Wanita. Dalam era digital yang semakin berkembang, penggunaan media sosial, *website*, dan *platform e-commerce* telah menjadi strategi utama bagi banyak *brand fashion* untuk menjangkau target pasar yang lebih luas, terutama konsumen wanita modern. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap konsumen, serta analisis *customer engagement* dari pemasaran digital terutama *Content marketing* yang digunakan oleh *brand fashion* wanita. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi *content marketing*, yaitu konten interaktif, menghibur, informatif, dan emosional, berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer engagement*. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan beragam jenis konten secara optimal dapat meningkatkan keterlibatan audiens terhadap *brand fashion* wanita. Oleh karena itu, disarankan bagi *brand fashion* wanita untuk mengintegrasikan konten yang informatif, interaktif, menghibur, dan emosional secara seimbang dalam strategi pemasaran digital guna memaksimalkan *customer engagement*.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran Digital, *Content marketing*, *Brand fashion* Wanita, *Customer Engagement*.