

ABSTRAK

Pengaruh Customer Engagement, Customer Satisfaction yang Dimediasi oleh Customer Loyalty dan Customer Brand Reputation Terhadap Performa Usaha Menengah Citra Cosmetic Makassar

Tujuan dari penelitian mengenai Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Usaha Mikro di Indonesia adalah: 1) Untuk mengetahui adanya pengaruh yang positif dari *Customer Engagement* terhadap performa Usaha Menengah Citra Cosmetic Makassar, 2) Untuk mengetahui adanya pengaruh yang positif dari *Customer Satisfaction* terhadap performa Usaha Menengah melalui *Customer Loyalty* Citra Cosmetic Makassar, 3) Untuk mengetahui adanya pengaruh yang positif dari *Customer Brand Reputation* terhadap performa Usaha Menengah Citra Cosmetic Makassar, 4) Untuk mengetahui adanya pengaruh yang positif dari *Customer Loyalty* terhadap performa Usaha Menengah Citra Cosmetic Makassar. Pengumpulan data tersebut didasarkan oleh masyarakat berdomisili Makassar dan pernah melakukan pembelian terhadap Citra Cosmetic Makassar. Dengan melakukan penelitian ini mempunyai tujuan dan juga dapat memberikan kontribusi kepada pemilik Citra Cosmetic Makassar agar dapat menaikkan SMM mereka sendiri. Hasil dari pembahasan tersebut menggunakan program dari PLS untuk menganalisa data dan juga survey. Teknik sampling dari penelitian ini adalah dengan menggunakan *non probability sampling* dengan metode purposive sampling, metode pengumpulan data yang digunakan sendiri adalah dengan menggunakan survey sebanyak 385 sampel dan juga menggunakan uji outer model dan inner model. Hasil dari penelitian ini sendiri membuktikan bahwa tiga dari empat hipotesis diterima.

