

ABSTRAK

Kemudahan akses, biaya yang murah, dan cara penggunaan media sosial yang sederhana telah membantu perusahaan, khususnya UMKM untuk terhubung dan terlibat dengan pelanggan. Hal ini mendorong perusahaan untuk mencari strategi pemasaran yang tepat, salah satunya melalui pembuatan konten. Adanya fenomena bisnis tersebut memberikan dampak bagi kegiatan pemasaran perusahaan khususnya UMKM yang berhubungan dengan minat pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah mempelajari serta menjawab atas adanya kesenjangan penelitian terdahulu, khususnya dalam mengembangkan kerangka konseptual yang melibatkan variabel konten buatan perusahaan, konten buatan pengguna, keterlibatan pelanggan, ekuitas merek, dan minat beli. Penelitian ini didasarkan pada teori *service dominant logic* yang didukung oleh penelitian-penelitian terdahulu. Responden penelitian ini adalah *follower* Instagram Naruna Ceramic Studio, Salatiga sebanyak 248 orang. Data tersebut selanjutnya dianalisis secara kuantitatif menggunakan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) melalui program *Analysis of Moment Structures* (AMOS) versi 24.

Temuan menunjukkan bahwa hubungan antara *firm-generated content* terhadap *purchase intention* diperkuat oleh mediasi variabel *customer engagement* dan *consumer-based brand equity*. Baik variabel *firm-generated content* dan *user-generated content* berpengaruh signifikan positif pada *customer engagement*, variabel *user-generated content* dan *customer engagement* berpengaruh signifikan pada *consumer-based brand equity*, serta variabel *consumer-based brand equity* berpengaruh signifikan positif terhadap *purchase intention*. Namun, variabel *customer engagement* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*, sehingga terdapat satu hipotesis yang ditolak. Penelitian ini memberikan pemahaman baru terkait pengaruh konten buatan perusahaan (Naruna Ceramic Studio, Salatiga) terhadap minat beli pelanggan.

Kata kunci: konten buatan perusahaan, konten buatan pengguna, keterlibatan pelanggan, ekuitas merek, minat beli