

## ABSTRAK

**Audreyna Monetta : Pengaruh Social Media Activities  
(2017/17059079) Terhadap Emotional Attachment Pada  
Perusahaan Kopi Janji Jiwa Di Kota  
Bukittinggi Dengan Brand Image Sebagai  
Variabel Mediasi**

**Dosen Pembimbing : Vidyarini Dwita, S.E, M.M, Ph.D.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh aktivitas media sosial dengan dimensinya meliputi Social Media Interactivity, Benefit dan Reward terhadap Emotional Attachment konsumen pada perusahaan Kopi Janji Jiwa Bukittinggi dengan Brand Image sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah berkunjung dan berbelanja di Kopi Janji Jiwa dan mengetahui media sosial yang digunakan Kopi Janji Jiwa. Sampel penelitian sebanyak 210 responden. Penelitian ini menggunakan uji structural equation model (SEM) dengan software smart PLS 3.0.

Hasil penelitian ini antara lain: (1) Social Media Interactivity berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Image. (2) Social Media Benefit berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Image. (3) Social Media Reward berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Image. (4) Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap Emotional Attachment. (5) Social Media Interactivity berpengaruh positif dan signifikan terhadap Emotional Attachment dengan Brand Image sebagai variabel mediasi. (6) Social Media Benefit berpengaruh positif dan signifikan terhadap Emotional Attachment dengan Brand Image sebagai variabel mediasi. (7) Social Media Reward berpengaruh positif dan signifikan terhadap Emotional Attachment dengan Brand Image sebagai variabel mediasi.

**Kata Kunci : Social Media Interactivity, Social Media Benefit, Social Media Reward, Brand Image, Emotional Attachment.**