

ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari ditemukannya permasalahan mengenai *Customer Engagement*. Masalah yang terlihat dalam penelitian ini adalah *Customer Engagement* yang berdampak pada *customer satisfaction* yang dipengaruhi oleh *Content Marketing* dan *Event Marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh content marketing dan event marketing terhadap *Customer Engagement* yang berdampak pada *Customer Satisfaction* pada Marlina kopi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 92 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan menyebarkan kuisisioner/angket. Metode analisis yang digunakan adalah uji MSI, analisis jalur, diagram jalur, koefisien determinasi, analisis korelasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya pengaruh *content marketing* dan *event marketing* terhadap *customer engagement* pada Marlina kopi sebesar 73% dan besarnya pengaruh *content customer engagement* terhadap *customer satisfaction* pada Marlina kopi Majalengka yaitu 87%. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya peran *customer engagement* sebagai mediator antara strategi *content marketing* dan *event marketing* dengan *customer satisfaction*. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan *customer engagement* dapat menjadi kunci bagi Marlina Kopi untuk meningkatkan *customer satisfaction* secara efektif melalui strategi *content marketing* dan *event marketing*.

Kata Kunci : *Content Marketing, Event Marketing, Customer Engagement dan Customer Satisfaction*