

ABSTRAK

Andre Afrillian (2017/17059230) : Pengaruh Customer Engagement dan Dimensi Customer Equity sebagai variable Mediasi terhadap Repurchase Intention pada Komunitas Xiaomi di Indonesia.

Dosen Pembimbing : Gesit Thabrani, SE, MT.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Customer Engagement pada Repurchase Intention dengan Dimensi Customer Equity sebagai mediasi pada pengguna Smartphone Xiaomi. Populasi penelitian ini adalah pengguna Smartphone Xiaomi di komunitas Xiaomi Indonesia di grup Facebook. Sampel penelitian adalah 250 responden. Studi ini menggunakan tes model persamaan struktural (SEM) dengan perangkat lunak smart-PLS 3.0.

Hasil penelitian ini meliputi: (1) Customer Engagement memiliki efek positif signifikan pada Value Equity. (2) Customer Engagement memiliki efek signifikan positif pada Relationship Equity. (3) Customer Engagement memiliki efek signifikan positif pada Brand Equity. (4) Value Equity memiliki efek signifikan positif pada Repurchase Intention. (5) Relationship Equity memiliki efek signifikan positif pada Repurchase Intention. (6) Brand Equity memiliki efek signifikan positif pada Repurchase Intention. (7) Customer engagement memiliki efek signifikan positif pada Repurchase Intention melalui variable mediasi Value Equity. (8) Customer engagement memiliki efek signifikan positif pada Repurchase Intention melalui variable mediasi Relationship Equity. (9) Customer engagement memiliki efek signifikan positif pada Repurchase Intention melalui variable mediasi Brand Equity.

Kata Kunci : *Customer Equity, Customer Engagement, Value Equity, Brand Equity, Relationship Equity, Repurchase Intention*