

## ABSTRAK

**Siti Zuhra Handayani (2016/16059128)** : **Pengaruh *Utilitarian Value* Dan *Hedonic Value* Terhadap *Customer Engagement* Pada *Instagram Live Streaming Padang Makeup Store: Customer Trust* Sebagai Pemediasi.**  
**Dosen Pembimbing** : **Astri Yuza Sari, SE, MM**

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Utilitarian Value* Dan *Hedonic Value* Terhadap *Customer Engagement* Pada *Instagram Live Streaming Padang Makeup Store: Customer Trust* Sebagai Pemediasi. Sampel dalam penelitian ini adalah 170 di Masyarakat Padang. Data diolah menggunakan Smart PLS 3.0. Hasil penelitian ini adalah : (1) *Utilitarian Value* berpengaruh positif terhadap *Customer Trust* pada Padang Makeup Store di Padang. (2) *Hedonic Value* berpengaruh positif terhadap *Customer Trust* pada Padang Makeup Store di Padang. (3) *Utilitarian Value* berpengaruh positif terhadap *Customer Engagement* pada Padang Makeup Store di Padang. (4) *Hedonic Value* berpengaruh positif terhadap *Customer Engagement* pada Padang Makeup Store di Padang. (5) *Customer Trust* berpengaruh positif terhadap *Customer Engagement* pada Padang Makeup Store di Padang. (6) *Utilitarian Value* berpengaruh positif terhadap *Customer Engagement* melalui *Customer Trust* pada Padang Makeup Store di Padang. (7) *Hedonic Value* berpengaruh positif terhadap *Customer Engagement* melalui *Customer Trust* pada Padang Makeup Store di Padang.

**Kata Kunci:** *Utilitarian Value, Hedonic Value, Customer Trust, Customer Engagement.*