

ABSTRAK

Salah satu situs web yang digunakan masyarakat untuk streaming video adalah Vidio.com yang menyediakan layanan streaming baik movie, movie series, televisi lokal, dan streaming sepak bola. Fitur-fitur menarik saja tidak cukup untuk menarik kepuasan pada customer, tetapi juga harus menggunakan promosi seperti iklan baik pada media cetak maupun online.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui seberapa besar pengaruh SMMA terhadap *value equity*, SMMA terhadap *brand equity*, SMMA terhadap *relationship equity*, *value equity* terhadap *customer loyalty*, *brand equity* terhadap *customer loyalty*, *relationship equity* terhadap *customer loyalty*, SMMA terhadap *customer loyalty*, SMMA terhadap *customer loyalty* melalui *value equity*, *brand equity* dan *relationship equity* pada Vidio.com.

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan kuesioner *online* Google Form yang disebarikan melalui Media Sosial kepada 200 orang responden. Kemudian data yang terkumpul diolah menggunakan software LISREL 8.8 yang kemudian akan dianalisis berdasarkan nilai *AVE*, *CR*, *T-Values* dan Koefesien Regresi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa SMMA berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap VLE sebesar 0,68. SMMA berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap BRE sebesar 0,62. SMMA berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap RLE sebesar 0,67. VLE tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel CLU sebesar 0,13. BRE tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap CLU sebesar 0,13. RLE berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap CLU sebesar 0,67. SMMA tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap CLU sebesar -0,02. SMMA berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap CLU melalui VLE, BRE, RLE sebesar 0,72.

Kata kunci: SMMA, *customer loyalty*, *value equity*, *brand equity* dan *relationship equity*, LISREL