

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED ENJOYMENT* DAN *PERCEIVED USEFULNESS* TERHADAP *CUSTOMER ENGAGEMENT* DAN *CUSTOMER SATISFACTION*: IMPLIKASI TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION***  
**(Studi pada pengguna Vidio.com di Indonesia)**



**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
Memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen  
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

**Disusun Oleh :**

**GALIH FAJAR NUGROHO  
NIM. 12010124410022**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2026**