

## ABSTRAK

Perkembangan layanan *Subscription Video on Demand* (SVOD) di Indonesia mendorong persaingan yang semakin ketat antar platform streaming digital, sehingga perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan penggunaan layanan oleh pelanggan. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *perceived enjoyment* dan *perceived usefulness* terhadap *customer engagement* dan *customer satisfaction* serta implikasinya terhadap *continuance intention* pada pengguna Vidio.com di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 200 responden. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* dan *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer engagement* dan *customer satisfaction*. Selain itu, *customer engagement* dan *customer satisfaction* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention*. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa pengalaman penggunaan yang menyenangkan dan manfaat yang dirasakan pengguna mampu meningkatkan keterlibatan serta kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mendorong niat pengguna untuk terus menggunakan layanan Vidio.com. Dengan demikian, perusahaan perlu meningkatkan aspek pengalaman dan manfaat layanan guna mempertahankan pengguna dalam jangka panjang.

**Kata Kunci:** *Perceived Enjoyment, Perceived Usefulness, Customer Engagement, Customer Satisfaction, Continuance Intention*

