

ABSTRAK

Giovanni Apricena (00000026709)

Renaldy Widanto (00000022570)

Tio Okisandy (00000025140)

PENGARUH *BRAND EQUITY* KOMIKA RADITYA DIKA TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *BEHAVIORAL INTENTION*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Equity* komika Raditya Dika terhadap *Customer Satisfaction* dari acara *Stand Up Comedy* Raditya Dika dan *Behavioral Intention*. Pendekatan penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner melalui Google Form, yang terdiri atas 25 indikator. Penelitian ini ditujukan bagi masyarakat yang pernah menghadiri acara *Stand Up Comedy* Raditya Dika di kota Jakarta, dengan jumlah 300 orang yang terdiri atas 128 pria dan 172 wanita. Pengujian terhadap kuesioner dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas, dan alat yang digunakan untuk menganalisis data adalah SEM AMOS dengan program AMOS 24.0. Hasil penelitian mengungkapkan terdapat hubungan positif antara hubungan *Brand Equity* dan *Customer Satisfaction* pada komika Raditya Dika, ada hubungan positif antara *Customer Satisfaction* dan *Behavioral Intention* dan ada hubungan positif antara *Brand Equity* dan *Behavioral Intention*.

Kata Kunci: *Brand Equity, Customer Satisfaction, Behavioral Intention*