

## ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh *content quality* pada channel Youtube Raditya Dika terhadap *flow* dan *perceived enjoyment* menggunakan teknik analisis uji SEM kemudian dikaitkan dengan perilaku *subscribe intention* konsumen melalui pendekatan teknik statistika menggunakan AMOS, pengumpulan data menggunakan teknik *purposive sampling* pada 296 partisipan dengan subjek penelitian warganet yang pernah melihat konten – konten video Youtube Raditya Dika. Sebelum dilakukan uji kausalitas, dalam penelitian ini dilakukan uji validitas untuk mengetahui valid atau tidak indikator – indikator yang digunakan serta dilakukan uji realibilitas untuk mengetahui sejauh mana pengukuran dapat dipercaya atau diandalkan, kemudian dilakukan evaluasi asumsi SEM yang meliputi uji normalitas data, uji outlier dan multikolinearitas, kemudian dilanjutkan dengan uji kecocokan keseluruhan model dan yang terakhir uji kausalitas untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel yang telah diteliti. Variabel *content quality* menggunakan 10 indikator, *flow* 5 indikator, *perceived enjoyment* 4 indikator dan niat beli menggunakan 5 indikator dengan skala Likert 5 poin. Hasil dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa *content quality channel* Raditya berpengaruh positif terhadap *perceived enjoyment* akan tetapi *content quality channel* Raditya Dika tidak berpengaruh terhadap *flow* konsumen. Kemudian hasil yang lain menunjukkan bahwa *perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap *flow*. Serta *flow* dan *perceived enjoyment* berpengaruh positif terhadap *subscribe intention*.

**Kata kunci:** *content quality, flow, perceived enjoyment, subscribe intention, SEM, AMOS.*