

## ABSTRAK

Xiaomi Yi Indonesia *Community* merupakan komunitas *online* di media sosial *Facebook*. Xiaomi Yi Indonesia *Community* merupakan komunitas yang berdiri tanpa campur tangan perusahaan. Xiaomi Yi Indonesia *Community* memiliki berbagai macam kegiatan, seperti berbagi foto, video, berbagi informasi, hingga kuis berhadiah. Komunitas ini terbilang komunitas yang sangat aktif, terbukti dengan setidaknya terdapat lebih dari sepuluh postingan per harinya. Setiap postingannya pun setidaknya terdapat lima komentar. Dan ini membuktikan bahwa komunitas *online* ini sangat aktif.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *engagement behaviors* terhadap *relationship outcome* dengan *relationship benefits* sebagai mediatornya pada Xiaomi Yi Indonesia *Community*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* dengan sub teknik sampling yaitu *simple random sampling*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang anggota Xiaomi Yi Indonesia *Community*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis jalur (*path analysis*).

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh tidak langsung yang terjadi yaitu *engagement behaviors* terhadap *relationship outcome* melalui *relationship benefits* memiliki nilai yang lebih besar dibandingkan pengaruh langsung antara *engagement behaviors* terhadap *relationship outcome*. Hal ini menunjukkan bahwa *relationship benefits* berperan dalam meningkatkan *relationship outcome* anggota komunitas online Xiaomi Yi Indonesia *Community*.

**Kata kunci :** *Engagement Behaviors, Relationship Benefits, Relationship Outcome*