

ABSTRAK

Industri layanan *streaming* semakin kompetitif dengan banyaknya perusahaan besar seperti Netflix Disney+, Amazon Prime Video, Hulu, dan lainnya. Netflix, sebagai salah satu penyedia VoD terbesar, telah mengadaptasi serial populer One Piece ke dalam bentuk *live action*. Serial ini mendapatkan respons positif yang signifikan, terbukti dari rekor popularitas yang dicapainya di berbagai negara. Penelitian ini menggunakan konsep *Brand Image* yang didalamnya terdapat faktor-faktor pembentuk *Brand Image* yang meliputi *Strength of Brand Association*, *Favorable of Brand Association*, dan *Uniqueness of Brand Association*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kepada pelanggan Netflix untuk mengukur bagaimana brand image dari serial One Piece *Live Action* mempengaruhi loyalitas mereka terhadap layanan Netflix. Peneliti menggunakan bantuan *software* SPSS 16.0 yang membantu peneliti dalam membantu proses mengolah data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image yang kuat dan positif dari serial One Piece *Live Action* memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Netflix. Temuan ini menyoroti pentingnya pemeliharaan *Brand Image* yang kuat melalui konten original berkualitas tinggi. Netflix dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dengan terus menghadirkan serial-serial adaptasi berkualitas yang dapat memperkuat hubungan emosional antara pelanggan dan layanan. Upaya ini tidak hanya meningkatkan ketertarikan pelanggan tetapi juga mendorong mereka untuk tetap setia dan terus berlangganan Netflix.

Kata Kunci : *Brand Image*, Loyalitas Pelanggan, Netflix, One Piece *Live Action*