

ABSTRAK

Squid Game merupakan tayangan series original Netflix yang tengah populer, fenomena permainan Squid Game meningkat sejak perilisan series tersebut di Netflix. Viralnya fenomena Squid Game memberikan pengaruh kepada pelaku bisnis, instansi dan konten kreator. Sebagai perusahaan penyedia jasa layanan *streaming video on demand*, dalam meningkatkan loyalitas pelanggan melalui tayangan eksklusifitas series original yang hanya ada di Netflix khususnya Squid Game, dimana beberapa adegan tayangannya menjadi *iconic series* tersebut, diantaranya lampu merah lampu hijau dan permen dalgona yang ramai diperbincangkan ditengah masyarakat. Hal ini yang mendasari bagaimana loyalitas pelanggan Netflix dapat dipengaruhi oleh citra merek Squid Game.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *brand image* Squid Game terhadap loyalitas pelanggan Netflix pada remaja di Kota Bandung. Metode pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* sebanyak 100 responden yang kemudian data diolah menggunakan *software* SPSS versi 23. Untuk mengetahui apakah *brand image* Squid Game memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Netflix dilakukan uji hipotesis, H_0 ditolak dan H_1 diterima maka hasil perhitungan uji t diperoleh sebesar $t_{hitung} (6.387) \geq t_{tabel} (1,984)$ dengan nilai signifikansi $0,000 \leq 0,05$. Dapat diartikan bahwa adanya pengaruh *brand image* Squid Game secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Netflix pada remaja di Kota Bandung

Kata Kunci: *Brand Image*, Loyalitas Pelanggan, Squid Game, Netflix