

## 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*