

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya pertumbuhan industri game mobile, khususnya Mobile Legends: Bang-Bang, dan kebutuhan akan strategi pemasaran yang efektif untuk mempertahankan pemain. Mobile Legends, yang dikembangkan oleh Moonton, telah mencapai popularitas global, terutama di Asia Tenggara, namun menghadapi tantangan menjaga loyalitas dan retensi pemain di tengah persaingan ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Customer Retention pemain Mobile Legends: Bang-Bang, dengan Brand Loyalty sebagai variabel mediasi. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan menyebarkan kuesioner kepada 250 pemain Mobile Legends yang aktif di Indonesia. Data dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Brand Awareness dan Brand Image berpengaruh positif dan signifikan terhadap Brand Loyalty dan Customer Retention. Brand Loyalty terbukti menjadi mediator yang memperkuat hubungan antara Brand Awareness, Brand Image, dan Customer Retention. Kesimpulannya, strategi pemasaran yang berfokus pada peningkatan kesadaran merek, citra merek, dan loyalitas pemain, seperti kampanye promosi, turnamen esports, dan kolaborasi dengan franchise populer, efektif dalam mempertahankan pemain Mobile Legends: Bang-Bang. Implikasi dari penelitian ini menyarankan Moonton untuk terus mengoptimalkan strategi pemasaran digital, meningkatkan inovasi fitur permainan, dan memperkuat ikatan emosional dengan komunitas pemain untuk menjaga retensi jangka panjang.

Kata Kunci: Brand Awareness, Brand Image, Brand Loyalty, Customer Retention,