

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna internet terbesar di dunia, dengan total mencapai 212 juta penduduk. Perkembangan internet telah membawa perubahan signifikan terhadap perilaku konsumen dan sektor industri, termasuk industri film yang saat ini tengah berkembang pesat. Kondisi ini menjadi peluang strategis bagi pelaku bisnis, salah satunya Netflix, yang kini menjadi salah satu merek layanan streaming paling dikenal oleh konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling, melibatkan 385 responden pengguna Netflix. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling - Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, brand image juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif serta signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Terakhir, ditemukan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara brand image dan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Brand Image*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty*