

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh content diversity, perceived value, dan customer brand engagement terhadap brand loyalty melalui satisfaction sebagai variabel mediasi pada platform over-the-top (OTT) Disney+ Hotstar. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna platform streaming digital, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas merek menjadi semakin penting. Model penelitian dikembangkan berdasarkan teori pemasaran digital dan keterlibatan merek, dengan metode pengumpulan data melalui survei yang melibatkan 143 responden yang merupakan pengguna Disney+ Hotstar di Indonesia.

Analisis data dilakukan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dengan perangkat lunak AMOS untuk menguji hubungan antara variabel-variabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa content diversity, perceived value, dan customer brand engagement berpengaruh positif dan signifikan terhadap satisfaction, yang pada gilirannya berpengaruh terhadap brand loyalty. Selain itu, satisfaction terbukti menjadi variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara variabel independen dengan loyalitas merek.

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa platform OTT perlu terus meningkatkan keragaman konten, nilai yang dirasakan pelanggan, serta keterlibatan pengguna untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Strategi pemasaran yang berfokus pada pengalaman pengguna yang dipersonalisasi dan interaktif dapat membantu mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang.

Kata kunci: Keanekaragaman Konten, Nilai yang Dirasakan, Keterlibatan Merek Pelanggan, Loyalitas Merek, Kepuasan, Platform OTT, Disney+ Hotstar.