

ABSTRAK

PENGARUH BRAND LOYALTY TERHADAP PURCHASE INTENTION DENGAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABLE INTERFENING

Oleh :
M. Reza Dwi Prasetyo

Persaingan bisnis di era digital saat ini yang semakin ketat dengan banyaknya pesaing yang ada, hal ini membuat perusahaan berlomba-lomba melakukan berbagai macam strategi untuk sekedar bertahan hidup atau bahkan memenangkan persaingan, baik dengan potongan harga, promosi melalui berbagai macam media, bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan lain, dan sebagainya. Strategi-strategi tersebut tidak lain untuk menciptakan pelanggan loyal. Pelanggan loyal akan menjadi jantung bagi sebuah perusahaan serta loyalitas merek adalah salah satu langkah yang paling umum digunakan untuk menguji keefektifan strategi perusahaan. Oleh karena itu, strategi bisnis merupakan hal penting yang wajib dibuat agar dapat menghadapi persaingan bisnis. *Brand loyalty* sendiri dipengaruhi oleh *brand satisfaction* dan *brand trust*. *Brand Trust* adalah sesuatu yang penting dalam membuat pelanggan loyal pada merek, tanpa kepercayaan pelanggan pada merek, tidak akan membuat pelanggan menjadi loyal

Kata kunci : *Brand loyalty, Brand Trust*