

## ABSTRAK

*Brand image* merupakan pemahaman konsumen mengenai suatu *brand* atau produk secara keseluruhan dengan kepercayaan pada *brand*, dan pandangan terhadap suatu *brand*. Sehingga dengan terciptanya *brand image*, maka pemasar harus terus meningkatkan *brand image* yang ada agar dapat menjaga loyalitas pelanggan. P-Clothes merupakan salah satu *brand* yang berhasil menciptakan *brand image* yang kuat. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan penjualan P-Clothes yang meningkat secara pesat dengan adanya kaos polos dan dapat dipercaya oleh konsumen bahwa P-Clothes sebagai distributor kaos polos yang bagus dan murah.

Pada Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang terdapat 2 variabel yaitu *Brand Image dan loyalitas pelanggan*. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen *online p-clothes* yang diambil dari sosial media Line @P-Clothes sebesar 384 responden. Dalam penelitian ini terdiri dari Variabel Brand Image sebanyak 12 item pertanyaan dan variabel loyalitas pelanggan sebanyak 4 item pertanyaan.

Kesimpulan yang didapat untuk penelitian ini adalah tanggapan responden terhadap brand image termasuk dalam kategori tinggi, brand image memberikan pengaruh sebesar 75,4% untuk loyalitas pelanggan serta brand image memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci :** *Brand Image, Loyalitas Pelanggan.*

## ABSTRAK

Brand image is the understanding of the consumers of a brand or products as a whole with confidence in the brand, and the notion of a brand. And so with the creation of brand image, then the marketer must continue to improve brand image that exist in order to maintain customer loyalty. P-Clothes is one of the brands that have created brand image is strong. It can be proved by the sale of P-Clothes the increasing rapidly with the plain and can be trusted by consumers that P-Clothes as a distributor of the plain nice and cheap.

At Research is using the method of quantitative that there are two variables : Brand Image and customer loyalty. The sample in this study is online consumers p-clothes taken of social media Line @ P-Clothes of 384 respondents. In the study is made up of variable that's Brand Image as many as 12 items the question and variable customer loyalty as much as 4 items of the question.

The conclusion for this research is tanggaoan of respondents to the brand image included in the kategory, brand image to the influence of 75, 4 % for the loyalty of customers as well as brand the image provide a significant influence on customer loyalty.

**Kata Kunci :** *Brand Image, Loyalitas Pelanggan.*