

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis pengaruh antara brand loyalty dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada konsumen di Kota Bandung. Penelitian ini dilakukan berdasarkan pendekatan kuantitatif yang digunakan, dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden; dan sampel dari penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli produk Wardah di Kota Bandung. Data dianalisis dengan menggunakan analisis linier berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand loyalty dan brand image berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Wardah di Kota Bandung.

Kata Kunci-Brand Loyalty, Brand Image, dan Keputusan Pembelian.