

ABSTRAK

Model Loyalitas Konsumen Brilink : Suatu Perspektif Dari *Brand Image* Dan Kepuasan Di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Muara Bulian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* terhadap loyalitas Konsumen Brilink, pengaruh *Brand Image* terhadap kepuasan Konsumen Brilink, pengaruh kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen Brilink, dan pengaruh *Brand Image* terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen Brilink. Pengumpulan data dilakukan dengan survei menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 55 konsumen Brilink di cabang muara Bulian. Alat analisis yang digunakan adalah Smart PLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif terhadap Loyalitas, *Brand Image* berpengaruh positif terhadap Kepuasan, Kepuasan berpengaruh positif terhadap Loyalita, dan *Brand Image* berpengaruh positif terhadap Loyalitas dimediasi oleh kepuasan.

Kata Kunci: Brand Image, Kepuasan, dan Loyalitas

ABSTRACT

Brilink Consumer Loyalty Model: A Perspective From Brand Image And Satisfaction at PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Muara Bulian Branch Office

The purpose of this study was to determine the effect of Brand Image on Brilink consumer loyalty, the effect of Brand Image on Brilink customer satisfaction, the effect of satisfaction on Brilink customer loyalty, and the effect of Brand Image on loyalty through Brilink customer satisfaction. The data was collected by survey using a questionnaire given to 55 Brilink consumers at the Muara Bulian branch. The analytical tool used is Smart PLS 3. The results show that Brand Image has a positive effect on Loyalty, Brand Image has a positive effect on Satisfaction, Satisfaction has a positive effect on Loyalty, and Brand Image has a positive effect on Loyalty mediated by satisfaction.

Keywords: Brand Image, Satisfaction, and Loyalty