

## ABSTRAK

**Nurul Handayani, NIM: 3402190219 Program Strata 1 (S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Kabupaten Ciamis “Pengaruh *Brand Image* dan *Life Style* Terhadap *Brand Loyalty* (Suatu Studi Pada Konsumen *Brand Zoya* di Toko *Zoya Ciamis*)”. Dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Oyon Saryono, M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Faisal Haris Eko Prabowo, S.E., M.M. (Pembimbing II).**

Adanya persaingan bisnis yang semakin meningkat menjadi peluang bagi beberapa pengusaha untuk terus berinovasi di semua pasar industri Indonesia, termasuk industri *garment*. Salah satu produk hasil industri *garment* yang mengalami peningkatan saat ini adalah hijab dan busana muslim. Hal ini tentunya mendorong suasana persaingan industri yang ditandai dengan banyaknya produk sejenis dengan merek yang berbeda. Persaingan tersebut dialami oleh berbagai industri *garment* salah satunya pada Toko Zoya Ciamis. Pada objek penelitian ini terdapat penurunan yang signifikan terhadap loyalitas pada konsumen *brand Zoya Ciamis*. Tentunya ada beberapa faktor yang membuat konsumen tidak memilih produk *brand Zoya*. Salah satu faktornya yaitu semakin maraknya *brand-brand* lain yang harganya lebih terjangkau. Terlebih dengan banyaknya penjualan melalui media *online* yang menawarkan berbagai produk baru dengan berbagai pilihan yang menarik. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap *brand loyalty* pada konsumen *brand Zoya* di toko Zoya Ciamis, untuk mengetahui pengaruh *life style* terhadap *brand loyalty* pada konsumen *brand Zoya* di toko Zoya Ciamis dan untuk mengetahui pengaruh *brand image* dan *life style* terhadap *brand loyalty* pada konsumen *brand Zoya* di toko Zoya Ciamis. Adapun metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen toko Zoya Ciamis yang melakukan transaksi atau pembelian. Teknik penentuan sample menggunakan *simple random sampling*, data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 79 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis koefisien korelasi sederhana, koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi, regresi linier berganda uji t serta uji f. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada Toko Zoya Ciamis. *Life style* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada Toko Zoya Ciamis. Secara simultan, *brand image* dan *life style* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand loyalty* pada Toko Zoya Ciamis.

**Kata Kunci: *Brand Image*, *Life Style*, *Brand Loyalty* dan Toko Zoya Ciamis**