

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini ditunjukkan oleh adanya penurunan penjualan serta rendahnya frekuensi pembelian ulang pada Toko Bangunan Starlume Cakra Baja yang mengindikasikan bahwa Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan belum optimal. Kondisi tersebut menunjukkan adanya persaingan usaha yang semakin ketat sehingga toko perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, khususnya terkait peran *Brand Image* dan Loyalitas Pelanggan dalam mendorong Keputusan Pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian dengan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan. Loyalitas Pelanggan juga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian serta mampu memediasi pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji *R-Square* menunjukkan bahwa model penelitian berada pada kategori moderat, sehingga masih terdapat variabel lain di luar penelitian yang dapat memengaruhi Loyalitas Pelanggan dan Keputusan Pembelian. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain seperti harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Toko Bangunan Starlume Cakra Baja disarankan memperkuat citra merek, meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga Loyalitas Pelanggan, serta mengembangkan strategi pemasaran digital agar mampu meningkatkan Keputusan Pembelian dan daya saing toko di tengah persaingan pasar.

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

