

ABSTRAK

Geoff max merupakan salah satu *brand* produk fashion Lokal berasal dari Bandung Jawa Barat, yang menerapkan konsep *old school* dengan mempertahankan kualitas produk dan tema desain produk yang tetap mengikuti *trend* yang berkembang dengan cara membagi tiga season dalam satu tahun, sehingga selalu memunculkan inovasi-inovasi baru, yang di maksud konsep *old school* itu adalah Tema desain produk yang berkaitan dengan *fashion style* Amerika era tempo dulu sekitar satu atau sekitar tahun 1950-1990 dan sampai saat ini banyak di gemari kalangan anak muda. Seiring dengan perkembangan industri *clothing* dikota Bandung yang meningkat dari tahun ke tahun, menyebabkan Geoff max memiliki banyak pesaing baik *clothing* yang sudah lama berdiri maupun *clothing* yang baru bermunculan, Masalah lainnya yang dialami oleh Geoff Max menurunnya penjualan, tujuan dari penelitian ini mengetahui bagaimana tanggapan konsumen terhadap *Brand image* dan loyalitas konsumen dan seberapa besar pengaruh *brand image* terhadap loyalitas konsumen pada Distro Geoff Max.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden merupakan konsumen dari Distro Geoff max kota Bandung dengan teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability, analisis data yang diperoleh dengan menggunakan analisis deskriptif dan regresi sederhana.

Hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa tanggapan terhadap responden mengenai *brand image* terhadap loyalitas Konsumen memiliki pengaruh yang signifikan dengan tingkat yang kuat. Besarnya pengaruh *brand image* terhadap loyalitas pelanggan sebesar 99,4%, sedangkan sisanya sebesar 0,6% (100% - 99.4%) dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yaitu *enddorsment*, promosi penjualan dan event sponsorship.

Kata Kunci: *Brand Image*, Loyalitas Konsumen dan *Marketing*