

## ABSTRAK

Di Indonesia sendiri kopi telah menjadi bagian hidup yang erat di kalangan masyarakat rendah maupun tinggi, dengan masuknya salah satu kedai kopi kedalam industri kopi di Indonesia dan Starbucks menjadi salah satunya faktor tersebut ternyata memberikan dampak yang besar terhadap gaya hidup masyarakat di Indonesia. Dalam mengkonsumsi produk starbuck, bagi orang-orang yang memiliki pendapat tinggi atau ekonomi yang memadai tentunya mudah saja untuk membeli produk dari Starbucks, namun bagi masyarakat yang memiliki pendapatan yang rendah mungkin akan berfikir sebelum membeli produk dari Starbucks. Pada saat ini minum kopi sudah menjadi budaya dikalangan masyarakat dan Starbucks telah berhasil memberikan “identitas” kepada para konsumennya. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh brand image dan promotion terhadap loyalitas konsumen di starbucks Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data. Data yang diperoleh dari 162 responden dianalisis menggunakan beberapa teknik dengan tujuan untuk menguji hubungan antara variable independen brand image (X1) dan promotion (X2) terhadap variabel dependen loyalitas konsumen (Y). Hasil penelitian menunjukkan brand image dan promotion secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa brand image dan promotion memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan loyalitas konsumen Starbucks di Indonesia. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan dapat mendorong Starbucks untuk terus meningkatkan kualitas serta inovasi dari produknya, sehingga produk-produk Starbucks akan semakin dikenal para konsumen maupun masyarakat luas. Namun Starbucks tetap harus melakukan promosi lebih giat dikarenakan perkembangan teknologi yang maju menyebabkan banyaknya variasi dalam melakukan Promotion sehingga banyaknya variasi yang unik dan efisien untuk melakukan promosi.

**Kata Kunci:** Brand Image, Promotion, Loyalitas Konsumen, dan Starbucks