

## ABSTRAK

Pertumbuhan industri ritel yang terus berkembang di Indonesia dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat semakin digemari oleh masyarakat Indonesia semakin membuat persaingan di industri ritel semakin ketat dimana perusahaan ritel harus menciptakan strategi pemasaran yang lebih beragam dan menarik agar masyarakat memilih perusahaan ritel tersebut dibandingkan dengan pesaingnya. Salah satu perusahaan ritel modern yang eksis dalam industri ini adalah YOGYA group. Salah satu dari strategi yang dilakukan oleh YOGYA adalah dengan menciptakan produk dengan merek dari perusahaan itu sendiri yang disebut sebagai *private label*. *Private label* yang dimiliki oleh YOGYA group dinamakan YOA. YOA memiliki tiga jenis lini yang ditawarkan yaitu *food*, *non-food* dan GMS. Produk dari YOA memiliki banyak variasi dan memiliki keunggulan di sisi harga yang ekonomis dari pesaing ketatnya yaitu merek nasional.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Menggunakan teknik *nonprobability sampling (accidental sampling)* dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen produk YOA di toko YOGYA cabang Jl. Sunda. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi menggunakan *partial least square*. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software SmartPLS 3.0*.

Penelitian ini menemukan bahwa kepercayaan merek, citra merek, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek, kepercayaan merek, citra merek, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, loyalitas merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepercayaan merek, citra merek, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek melalui keputusan pembelian produk YOA di kota Bandung. Berdasarkan hasil penelitian ini disarankan bagi YOGYA

Kata Kunci : Kepercayaan Merek, Citra Merek, Kualitas Produk, Loyalitas Merek, Keputusan Pembelian.