

ABSTRAK

Pada dekade terakhir ini, pergerakan dunia bisnis dan sosial khususnya Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) mengalami perubahan lingkungan yang sangat cepat. Perubahan lingkungan yang cepat menuntut suatu lembaga untuk berusaha menjalankan program kerjanya agar tetap tumbuh dan berkembang agar penerimaan pendapatannya tidak menurun dan tetap dapat mencapai target yang telah ditentukan. Apabila lembaga mampu menghadapi perkembangan lingkungan dan persaingan dengan cepat, maka lembaga tersebut akan berhasil. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, *service quality*, dan *donor religious commitment* terhadap *brand trust* dan loyalitas donatur. Metode penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampling *purposive sampling*. Penyebaran kuesioner dibuat secara *online* melalui *google form* yang disebar kepada 182 responden dalam waktu dua minggu. Analisis pada penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif antara *brand image*, *service quality*, dan *donor religious commitment* terhadap *brand trust*. *brand image*, *service quality*, dan *donor religious commitment* memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas donatur.

Kata Kunci : *Brand Image, Service Quality, Donor Religious Commitment, Brand Trust, Loyalitas Donatur*