

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh *Brand Trust* dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang Pada Distro Screamous. Penelitian ini dilakukan di Wilayah Kota Bandung. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 73 orang. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang menggunakan skala likert 5 point untuk mengukur 23 indikator. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda dan Analisis Korelasi Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial variabel *Brand Trust* dan Promosi berpengaruh secara positif terhadap Minat Beli Ulang.

**Kata Kunci :** *Brand Trust*, Promosi, Minat Beli Ulang