

ABSTRAK

Pada era ini, tingkat kesadaran masyarakat untuk berolahraga sangat tinggi. Kesadaran masyarakat juga dapat dilihat dari motivasi ingin memiliki bentuk badan yang menarik dan mahal pada saat ini biaya rumah sakit. Hal ini mendorong perusahaan-perusahaan penyedia atribut olahraga untuk menambah produksi. Tujuan dari diadakan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* Nike terhadap minat beli konsumen di kota Bandung. Penelitian ini di tujukan kepada warga kota Bandung dan menggunakan 100 sampel responden dari populasi untuk diuji dengan menggunakan uji regresi linier sederhana, dalam pengujian ini penulis menggunakan variabel X yaitu *Brand Image* Nike dan variabel Y yaitu Minat Beli. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa *Brand Image* Nike memengaruhi Minat Beli secara signifikan dengan presentase sebesar 58,1% dan sisanya sebesar 41,9% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata kunci : *Brand Image, Atribut Olahraga, Minat Beli*