

## ABSTRAK

Kita mengetahui bahwasanya setiap produk yang diciptakan oleh perusahaan tentunya memiliki nama atau yang sering dikenal sebagai *brand*. Setiap konsumen tentunya dalam membeli produk yang mereka butuhkan mereka telah mengetahui nama produk yang akan mereka beli. Salah satu alasan konsumen dalam memilih produk yang mereka inginkan adalah produk yang telah memiliki merek yang bagus dimata konsumen dan sering kita lihat perusahaan yang ada gencar melakukan kegiatan yang dapat menaikkan *brand Image* produk mereka agar konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas (Studi Kasus Mahasiswa/i Telkom University 2016).

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh antara *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Merek Sepatu Adidas. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah Mahasiswa Telkom University tahun 2016. Studi penelitian yang digunakan adalah bernauli dengan menetapkan 100 responden. Dalam melakukan analisis data penulis menggunakan Analisis Linier Sederhana untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan pembelian Sepatu Adidas.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui *Brand Image* secara keseluruhan dalam kategori Baik dengan presentase sebesar 78,45% sedangkan untuk Keputusan Pembelian sebesar 73,61%. Penulis dapat menyimpulkan bahwa Pengaruh *Brand Image* secara signifikan berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sebesar 59,7% dan sisanya sebesar 40,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci : *Brand Image* Sepatu Adidas, Keputusan Pembelian**