

ABSTRACT

Every product created by a company must have a name or often known as brand. Brand is one indicator which can make different between one product and the others. Brand also have attractiveness for Consumer. One reason for consumers to choose the products they want are products that already have a good brand in the eyes of consumers and we often see companies that there is incentive to do activities that can raise the brand image of their products so that consumers decide to buy the product. To the authors conducted a study titled "Brand image influence on purchasing decisions converse shoes (Case Study Bandung City in 2017).

This study aimed to see whether there is influence between the Keputusan Purchase Brand Image Brand Shoes Converse. The method used is quantitative descriptive research approach. The population used was Bandung city people in 2017. Studies bernauli research is to establish 100 respondents. In analyzing the data the author uses the Simple Linear Analysis for mengetahui how much influence purchase decisions Brand Image Of Brand Shoes Converse.

Based on the survey results revealed an overall brand image in the Good category with a percentage of 80.14% while for Purchase Decision by 79.08%. The author can conclude that the Influence of Brand Image significantly influences Buying Decision Against much as 58.1% and the remaining 41.9% is influenced by other factors.

Keywords: Shoes Converse Brand Image, Purchase Decision

Setiap produk yang diciptakan oleh sebuah perusahaan tentunya mempunyai nama atau yang biasa dikenal dengan *brand*. *Brand* ini adalah salah satu indikator yang membedakan satu produk dengan produk lainnya. *Brand* juga dapat membuat daya tarik sendiri untuk konsumen. 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 Converse (Studi Kasus Konsumen *Product* Converse di kota Bandung tahun 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh antara *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Merek Sepatu Converse. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah Masyarakat kota Bandung tahun 2017. 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 Converse.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui *Brand Image* secara keseluruhan dalam kategori Baik dengan presentase sebesar 80,14% sedangkan untuk Keputusan Pembelian sebesar 79,08%. Penulis dapat menyimpulkan bahwa Pengaruh *Brand Image* secara signifikan berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sebesar 58,1% dan sisanya sebesar 41,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

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