

ABSTRAK

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