

ABSTRAK

Bisnis perdagangan di bidang *fashion* adalah salah satu yang lingkungan pemasarannya sangat kompetitif, bukan hanya di dunia internasional saja namun di Indonesia pun perkembangan industri *fashion* sangatlah berkembang pesat. Hal ini didukung dari berbagai sisi baik desainer lokal yang semakin potensial, tingkat perekonomian yang membaik, sampai sektor retail yang berkembang pesat. Perkembangan dunia *fashion* menjadi hal penting bagi berbagai kalangan, baik muda atau tua. Akhir-akhir ini di Indonesia bisnis yang menjanjikan adalah dunia *fashion*. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan penjualan dalam bisnis adalah *Brand Image*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image terhadap proses keputusan pembelian produk *Screamous* di kota Bandung. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan metode analisis deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden dengan populasi seluruh individu yang mengetahui produk *Screamous*, pernah melakukan pembelian produk *Screamous* dan berdomisili Bandung. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan tanggapan responden terhadap variabel *Brand Image* memiliki persentase 80% dengan kategori baik dan variabel Proses Keputusan Pembelian memiliki persentase sebesar 78% dengan kategori baik. Kesimpulan penelitian ini adalah *Brand Image* berpengaruh terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk *Screamous* dengan persentase sebesar 48,4% dan sisanya 51.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tersebut dapat diartikan semakin baik *Brand Image* yang dimiliki *Screamous*, maka akan semakin baik juga Proses Keputusan Pembelian pada produk *Screamous*.

Kata Kunci: *Brand Image*, Proses Keputusan Pembelian, Analisis Regresi