

## ABSTRAK

Perkembangan industri *fashion* memiliki persaingan yang sangat ketat dari waktu ke waktu. Dalam proses bisnis, pelaku bisnis diharuskan memiliki daya saing terhadap kompetitor dalam bidang yang sama agar mampu menguasai pangsa pasar yang luas sehingga tujuan dari pelaku bisnis dapat tercapai. Pada saat ini terdapat banyak produk lokal dengan *brand image* yang cukup kuat dalam industri *fashion* khususnya produk sepatu di Indonesia. Sepatu Compass merupakan produk lokal asal kota Bandung yang bergerak di bidang produksi sepatu atau *sneakers*. Dalam persaingan yang semakin ketat dalam industri *fashion* ini membuat Sepatu Compass harus tetap meningkatkan inovasi terbaik kepada setiap pelanggannya.

Jenis Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, Teknik analisis dan data yang kami lakukan adalah Regresi Linier sederhana, dengan Responden sebanyak 100 orang pada sampel mahasiswa yang mengetahui, membeli, dan menggunakan merek sepatu Compass di kota Bandung.

Berdasarkan kuesioner yang telah disebar peneliti mendapatkan hasil dari responden terhadap Brand Image produk sepatu Compass di Kota Bandung memiliki nilai sebesar 83.73% atau termasuk kedalam kategori baik, sedangkan untuk tanggapan responden Keputusan Pembelian Sepatu Compass memiliki nilai sebesar 85.53% atau termasuk kedalam kategori sangat baik. Hasil dari penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Compass dengan nilai t tabel sebesar 5.167 dan signifikansi 0.000 atau  $<0.05$ . Variabel Brand Image mampu menjelaskan naik atau turunnya Keputusan Pembelian dari produk Sepatu Compass sebesar 19.7%. Sedangkan sisanya sebesar 80.3% dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Brand Image*, Keputusan Pembelian.