

ABSTRAK

Industri pakaian terutama pada sektor sepatu menjadi *trend fashion* yang banyak diminati kalangan anak muda. Pada saat ini terdapat banyak produk lokal yang mempunyai *brand image* cukup kuat dalam memproduksi sepatu di Indonesia. Salah satu merek sepatu lokal saat ini yaitu Sepatu Compass yang berasal dari Kota Bandung. Sepatu Compass membuat para konsumen beralih untuk membeli produk sepatu kepada *reseller* dikarenakan permintaan yang sangat tinggi sedangkan kuantitas yang ditawarkan cukup rendah. Hal ini membuat Sepatu Compass perlu meningkatkan inovasi dan strategi pemasaran kepada para konsumen seiring dengan zaman dan teknologi yang tumbuh semakin cepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk Sepatu Compass pada mahasiswa Kota Bandung.

Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Kuesioner dibagikan kepada 200 responden pada mahasiswa di Kota Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand image* terhadap variabel keputusan pembelian berpengaruh signifikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $22,809 > 1,972$. Hasil koefisien determinasi menunjukkan sebesar 72,4% dan sisanya 27,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *Brand image*, keputusan pembelian, Sepatu Compass