

## ABSTRAK

Industri *furniture* merupakan industri yang mengolah bahan baku berwujud dasar kayu, rotan, dan bahan baku alami lainnya menjadi produk barang jadi *furniture* dengan nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi. Pengembangan industri *furniture* dapat menghasilkan produk dengan nilai yang selalu bertambah tinggi. Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian pada studi kasus Ikea Kota Baru Parahyangan.

Jenis penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, dalam penelitian ini pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability dengan teknik purposive sampling. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus Bernoulli, maka diperoleh jumlah sampel minimum sebesar 384,16 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 400 responden.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *brand image* terhadap keputusan pembelian pada IKEA Kota Baru Parahyangan, hal ini dikarenakan hasil pengujian hipotesis dengan uji t, menunjukkan bahwa nilai thitung sebesar 22.484 ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dan signifikansi ( $pvalue$ )  $< 0.05$ .

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