

## ABSTRAK

Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sandal Anatomi Kaki KLUK pada PT Soles Multi Idea di Kota Bandung

Oleh : Nadea Feby Ayuningtyas

*Brand* merupakan identitas perdagangan yang oleh perusahaan digunakan untuk memberikan jasa maupun produk bagi konsumen. Beberapa *brand* tidak selalu langsung menjadi salah satu keputusan pembelian konsumen di Indonesia. *Brand image* merupakan unsur-unsur yang dianggap penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk. Secara umum, *brand image* dapat menambah nilai bagi para pelanggan dan bagi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen Sandal Anatomi Kaki KLUK pada PT Soles Multi Idea di Kota Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini berupa metode secara deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 77 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis (t). Informasi analisis memanfaatkan program software *SPSS 27*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen Sandal Anatomi Kaki KLUK pada PT Soles Multi Idea di Kota Bandung. Hal ini dibuktikan dari  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $62,358 > 1,665$ ) yang artinya *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian dari nilai *adjusted R Square* sebesar 0,720 menunjukkan bahwa *brand image* memberikan pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 72% sedangkan sisanya sebesar 28% merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata kunci : *Brand Image*, Keputusan Pembelian**

## **ABSTRACT**

*The Influence of Brand Image on Consumer Purchasing Decision of Anatomy KLUK Sandals at PT Soles Multi Idea in Bandung City*

*By : Nadea Feby Ayuningtyas*

*Brand is a trade identity used by companies to provide services and products to consumers. Some brands do not always immediately become one of the consumer purchasing decisions in Indonesia. Brand image is the elements that are considered important by consumers and used as the basis for making decisions to buy a product. In general, brand image can add the value for customers and for the company.*

*This study aims to determine, describe, and analyze the influence of brand image on consumer purchasing decisions Anatomy KLUK Sandals at PT Soles Multi Idea in Bandung City.*

*The method used in this research is descriptive verification method with a quantitative approach. The data used are primary data and secondary data. The sample in this study were 77 respondents. The sampling technique is non-probability sampling. The analysis tools used are validity test, reliability test, normality test, simple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis and hypothesis test (t). Information analysis using SPSS 27 software program.*

*The results of this study indicate that there is a positive and significant influence of brand image on consumer purchasing decisions Anatomy KLUK Sandals at PT Soles Multi Idea in Bandung City. This is evidenced from  $t_{count} > t_{table}$  ( $62,358 > 1,665$ ), which means that brand image influences purchasing decisions. The research results obtained an adjusted R Square value of 0,720, meaning that brand image influences the purchasing decision variable by 72% while the remaining 28% is contributed by other variables not examined.*

**Keywords: Brand Image, Purchase Decision**