**ABSTRAK**

***Woodtrap* adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang *clothing* dan beralamat di Jl. Raya Banjaran km 13 No 421 Pameungpeuk Kabupaten Bandung. Usaha ini didirikan oleh seorang mahasiswa yang bernama Ade Sumarna dan juga merupakan pemilik ROZAN INDUSTRIES. Berdasarkan penelitian di *Woodtrap* peneliti menemukan masalah diantaranya lokasi yang tidak strategis sehingga menyulitkan konsumen untuk melakukan pembelian produk secara langsung dan kurangnya memperhatikan *branding* yang bertujuan untuk memperkenalkan merek kepada masyarakat. Permasalahan tersebut diduga karena kepercayaan konsumen terhadap *Woodtrap* masih kurang, yang mengakibatkan citra perusahaan kurang berkembang dan *Woodtrap* kurang memaksimalkan pemasaran sehingga mempengaruhi *brand image.***

**Tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen dan mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi serta usaha-usaha yang dilakukan untuk meningkatkan *brand image* pada *Woodtrap* di Banjaran Kabupaten Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah partisipan, wawancara terstruktur, dan penyebaran angket kepada 60 orang responden. Untuk analisis data digunakan uji validasi, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, dan koefisien determinasi.**

**Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, bahwa regresi linier sederhana terdapat pengaruh positif *brand* *image* terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 85,19 % atau dapat dikatakan pula, bahwa varians yang terjadi pada variabel Keputusan Pembelian (Y) 85,19 % ditentukan oleh varians yang terjadi pada variabel Brand Image (X). Sisanya, sebesar 14,81% ditentukan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian, seperti promosi dari konsumen ke konsumen, mengikuti event bazar.**

**Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan yaitu hendaknya membuat jaringan penjualannya secepat mungkin untuk mencapai tujuan perusahaan, membuka lowongan kerja khususnya untuk bagian *design, Penggunaan biaya operasional dan biaya promosi penjualan seefisien mungkin.***

**Kata Kunci: Citra Perusahaandan Keputusan Pembelian**

***ABSTRACK***

***Woodtrap is one of the efforts in the field of clothing and located in JL. Raya Banjaran km 13 No. 421 Pameungpeuk Bandung Regency. This business was founded by a college student named Ade Sumarna and is also the owner of the ROZAN INDUSTRIES. Based on research in the Woodtrap researchers found problems including a location not so complicate the strategic consumer to purchase the product directly and lack of regard for the branding that aims to introduce the brand to the public. That problem is suspected because consumer confidence against Woodtrap is still lacking, resulting in less developed and the company's image Woodtrap maximize marketing so that less affect the brand image.***

***Purpose of the research conducted is to know how the brand image against consumer purchasing decisions and know the obstacles faced and the efforts undertaken to improve the brand image on Woodtrap in Banjaran Bandung Regency. The research method used is descriptive survey method. Data collection techniques used were participant, structured interviews, and now spread to 60 respondents. For the data analysis used the validation test, test reliability, simple linear regression, and the coefficient of determination.***

***Based on data obtained from the results of research, that the simple linear regression there is a positive influence on brand image against a purchasing decision is 85.19% or can be said, that the variance that occur on the purchasing decision variables (Y) 85.19% determined by variances that occur at variable Brand Image (X). The remainder, amounting to 14.81% determined by factors other than the research, such as the promotion of consumer to consumer, follow event bazar.***

***Suggestions that may the researcher pointed out that is should make its sales network as quickly as possible to achieve the objectives of the company, opening up jobs in particular for the design, use of operating costs and cost of sales promotions are as efficient as possible.***

***Keywords: Corporate Image and Purchasing Decisions***

**RINGKESAN**

***Woodtrap*  nyaeta salah sahiji usaha anu usik di widang clothing sarta beralamat di Jl. Raya Banjaran km 13 No 421 Pameungpeuk Kabupaten Bandung. Usaha ieu didirikeun ku saurang mahasiswa anu namina Ade Sumarna sarta oge mangrupa nu boga ROZAN INDUSTRIES. Dumasar panalungtikan di *Woodtrap*  peneliti mendak masalah diantarana lokasi anu henteu strategis ku kituna ngahesekeun konsumen kanggo ngalakukeun pembelian produk sacara langsung sarta kirang na nengetan branding anu boga tujuan kanggo ngawanohkeun merek ka balarea. Masalah kasebat disangka margi kapercayaan konsumen ka *Woodtrap*  kirang keneh,anu ngabalukarkeun wangwangan pausahaan kirang ngembang sarta *Woodtrap*  kirang memaksimalkeun pamasaran ku kituna mangaruhan brand image.**

**Tujuan panalungtikan anu dipigawe nyaeta kanggo terang pangaruh brand image ka kaputusan pembelian konsumen sarta terang tahanan-tahanan anu disanghareupan sarta usaha-usaha anu dipigawe kanggo ngaronjatkeun brand image dina *Woodtrap*  di Banjaran Kabupaten Bandung. Padika panalungtikan anu dipake nyaeta padika survei deskriptif. Teknik pengumpulan data anu dipake nyaeta partisipan,wawancara terstruktur,sarta sumebarna angket ka 60 jalmi responden. Kanggo analisis data dipake uji validasi,uji reliabilitas,regresi linier basajan,sarta koefisien determinasi.**

**Dumasar data anu ditampa ti kenging panalungtikan,yen regresi linier basajan aya pangaruh positip brand image ka kaputusan pembelian nyaeta sagede 85 , 19 % atawa tiasa disebutkeun deui,yen varians anu lumangsung dina variabel Kaputusan Pembelian (Y) 85 , 19 % dicindekkeun ku varians anu lumangsung dina variabel Brand Image (X). Sesana,sagede 14 , 81% dicindekkeun ku faktor-faktor sanes diluar panalungtikan, sepertos promosi ti konsumen ka konsumen, ngiring event bazar.**

**Bongbolongan-bongbolongan anu tiasa peneliti kemukakan yaktos hadena midamel raramat penjualannya secepat manawi kanggo ngahontal tujuan pausahaan, muka lowongan damel hususna kanggo haturan design,Pamakean waragad operasional sarta waragad promosi penjualan seefisien manawi.**

**Kecap Konci: Wangwangan Pausahaan sarta Kaputusan Pembelian**