**ABSTRAK**

 Sugiyati *Store* merupakan salah satu toko yang bergerak di bidang *fashion* tepatnya sepatu , sepatu yang menjadi andalan di Sugiyati *Store* adalah merek Vans, toko ini berada di Kota Semarang. Berdasarkan penelitian diketahui bahwa terdapat permasalahan sehubungan dengan Citra Merek, sebagai berikut: 1) Merek Vans memiliki citra yang buruk di masyarakat, 2) Konsumen tidak merekomendasikan dan mengajak teman/keluarganya untuk melakukan pembelian atau menggunakan merek Vans. Permasalahan tersebut diduga karena: 1) Banyaknya produk palsu dari merek Vans yang harganya jauh lebih murah dibandingkan dengan produk aslinya, 2) Merek Vans dikenal tidak baik oleh masyarakat umum.

 Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuisioner atau angket. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas instrument, uji reabilitas, uji regresi linier sederhana, pengujian hipotesis, koefisien korelasi rank spearman dan koefisien Determinasi. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian maka kontribusi atau pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian sebesar 75,4% atau dikatakan bahwa varian yang terjadi pada variabel Keputusan Pembelian (Y) 75,4% ditentukan oleh varian yang terjadi pada variabel Citra Merek (X). Sisanya 24,60% ditentukan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian seperti harga produk dan produk pesaing.

Hambatan-hambatan yang dihadapi Sugiyati *Store* mengenai Citra Merek Sepatu Vans terhadap Keputusan Pembelian : 1) Karena banyak Produk Sepatu Vans yang palsu hal tersebut memberikan dampak yang buruk bagi keputusan pembelian konsumen sehingga Citra Merek yang dimiliki sepatu Vans dinilai kurang baik berdasarkan penilaian yang di berikan oleh Mahasiswa Fisip Unpas. 2) Citra Merek yang kurang baik tentunya sangat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen. Hal ini dapat dilihat bahwa konsumen Sepatu Vans kurang merekomendasikan merek Sepatu Vans kepada orang lain.

Saran dari penelitian ini adalah Bagi perusahaan produk sepatu atau toko agar lebih menjaga dan meningkatkan Citra Merek (*Brand Image*) Merek Vans di masyarakat untuk memempengaruhi Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Keputusan Pembelian

***ABSTRACT***

*Sugiyati Store is one of the stores that engaged in fashion, especially shoes. The shoes that is the it item in Sugiyati Store are shoes from Vans brand. The store is located in Semarang, Central Java. According to the research that has been conducted, there are some problems with the Brand Image, such as 1) Vans brand has a bad image in the community, and 2) Consumers do not recommend nor persuade their friends/family to purchase or use the Vans brand. Those problems might be due to 1) There are many fake products of Vans brand which have cheaper price, and 2) Vans brand is known as a no-good product in community.*

*The research method that used in this research was quantitative research method. Data were collected by spreading questionnaires. The data analysis techniques that used were instrument validity test, realibility test, simple linear regression test, hypothesis testing, Spearman rank correlation coefficient and Determination coefficient. According to data that obtained from the research, the results were the contribution or influence of Brand Image on Purchasing Decision is 75,4% or it can be said that the variance that occured in Purchase Decision variable (Y), which is 75,4%, is determined by variances that occured in Brand Image variable (X). The rest, which is 24,60% , is determined by other factors outside the study field such as product prices and competitor products.*

*Some obstacles which faced by Sugiyati Store regarding Vans shoes Brand Image on consumers’ Purchasing Decision are 1) Due to a lot of fake products of Vans shoes brand, it gives bad influences to the consumers’ Purchasing Decision so that the Brand Image of Vans is worsen according to the questionnaire that are spread to students of Faculty of Social and Political Sciences in Universitas Pasundan, and also 2) A not very good Brand Image will strongly affect the consumers’ Purchasing Decision. It can be seen from Vans brand’s consumers are not really recommending the brand to others.*

*The researcher suggests that the shoes companies or store to mantain and intensify the Brand Image of Vans in community to affect the consumers’ Purchasing Decision.*

***Keywords:*** *Brand Image, Purchasing Decision.*

ABSTRAK

Toko Sugiyatimangrupikeun salah sawios toko nu bergerak dibidang anggoan, tepatna sapatu, sapatu nu jadi andalan di Toko Sugiyati nyaeta merek Vans, toko ieu ayana di Semarang, dumasar penelitian dipikanoh yen aya perkawis nu aya hubungana sareng citra merek sapertos kie: 1) Merek Vans ngagaduhan citra nu awon di masyarakat. 2) Konsumen henteu ngarekomendasikeun sareng ngajak sanak sodarana kanggo ngagaleuh atanapi nganggo merek Vans, permasalahan eta diduga lantaran: 1) Seueurna produk palsu tina merek Vans nu pangaosna langkung mirah tibatan sareng produk aslina. 2) Produk Vans kawentar kirang sae ku masyarakat umum.

Metode penelitian nu dianggo nyaeta penelitian kuantitatif, teknik ngempelkeun data nu dianggo nyaeta kuisioner atanapi angket. Teknik analisis data nu dianggo nyaeta uji validitas instrumen, uji reliabilitas, uji regresi linier sederhana. Pengujian hipotesis koefisien, korelasi rank spearman sareng koefisien determinasi. Dumasar data kenging penelitian kontribusi atanapi pengaruh citra merek kanggo keputusan pembelian angeungna 75,4%, atanapi disebatkeun reh na varian nu janten variabel keputusan pembelian (Y) 75,4% ditangtoskeun ku varian nu janten variabel citra merek (X) sisana 24,60% ditangtoskeun ku faktor-faktor nu sanes, diluar penelitian sapertos harga produk sareng produk pesaing.

Halangan-halangan nu dipayunan Toko Sugiyati patali Citra Merek sepatu Vans kanggo Keputusan Pembelian Konsumen: 1) Margi seueur produk sapatu Vans nu palsu, hal eta masihan dampak nu awon kanggo kaputusan pembelian konsumen citra merek nu dipigaduh sapatu Vans dinilai kirang sae, dumasar penilaian ti mahasiswa Fisip Unpas. 2) Citra merek nu kirang sae terutami pangaruhna pisan kanggo keputusan pembelian konsumen. Hal ie tiasa ditingali rehna konsumen sapatu Vans kirang ngarekomendasikeun merek sapatu Vans kanggo balarea.

Saran ti peneliti ieu nyaeta kanggo perusahaan produk sapatu atanapi toko supados langkung ngajaga sareng ningkatkeun citra merek merek Vans di masyarakat kanggo mangaruhan keputusan pembelian.

**Kata Kunci:**  Citra Merek, Kaputusan Pembelian