

ABSTRAK

Rezian Kepil Alaitam, NIM. 3402220373. “Pengaruh *Brand image* Terhadap Keputusan pembelian (Suatu Studi Pada Salsabila Wedding Tasikmalaya)”. Dibawah bimbingan Bapak H. Mujaddid Faruk S.E.,M.M. (Pembimbing 1) dan Bapak Dr. H. Iwan Setiawan, S.E.,M.M (Pembimbing 11).

Penelitian ini fokus analisis pada pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian kosumen dalam memilih jasa dekorasi pernikahan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis kontribusi *brand image* terhadap keputusan pembelian pada Salsabila Wedding di Tasikmalaya.

Metode yang digunakan adalah survey dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan langsung di lokasi penelitian menggunakan instrumen kuesioner yang disebarakan kepada 58 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling jenuh, di mana seluruh populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Data yang dikumpulkan kemudian diuji menggunakan analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi sederhana, koefisien determinasi, serta uji hipotesis (uji t).

Hasil analisis menunjukkan bahwa *brand image* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian kosumen pada Salsabila Wedding Tasikmalaya. Berdasarkan uji statistik, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 28,84%, yang berarti bahwa variable keputusan pembelian kosumen dipengaruhi oleh faktor *brand image* sebesar persentase tersebut, sedangkan 71,16% dipengaruhi oleh variable lain di luar penelitian. Secara empiris, hasil ini menegaskan bahwa penguatan *brand image* pada industri jasa dekorasi pernikahan terbukti menjadi penentu penting dalam mengoptimalkan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Brand image dan Keputusan pembelian, Jasa Dekorasi Pernikahan, Sampling Jenuh, Tasikmalaya