

ABSTRAK

Tingkat persaingan dalam bidang usaha khususnya pada dunia fashion di Kota Bandung semakin hari terus meningkat, dengan dilatar belakangi kebutuhan dalam berpakaian dan trend mode yang terus berkembang. Distro merupakan salah satu dari usaha pakaian yang sangat diminati saat ini. Distro dituntut untuk terus selalu berkreasi dan kreatif sehingga mampu berkembang dalam hal yang positif agar tujuan dari perusahaan tercapai seperti yang diterapkan oleh Distro Badger Invaders di Kota Bandung. Salah satu strategi yang diterapkan adalah dengan menciptakan brand image positif bagi konsumen Distro Badger untuk tetap mengutamakan kualitas dan kenyamanan dari produk yang dipasarkan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana respon konsumen mengenai penerapan Brand Image pada Distro Badger serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Badger. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kausal dengan sifat kuantitatif. Metode pengambilan sampel adalah nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang mengetahui Distro Badger secara langsung dengan jumlah 100 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier sederhana, serta menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran. Berdasarkan hasil penelitian, hasil presentase untuk *Brand Image* sebesar 73,10% yang termasuk ke dalam kriteria baik. Variabel Keputusan Pembelian sebesar 77,6% dan termasuk ke dalam kriteria baik. *Brand Image* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Distro Badger yaitu sebesar 20,9% dan sisanya 79,1% tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Image* dan Keputusan Pembelian