

## ABSTRAK

Penelitian ini berdasarkan pada tingkat turunnya kesadaran masyarakat pada Kesehatan salah satunya adalah kualitas air yang sangat berbeda dan kurang layak ketika dibutuhkan konsumsi sehari-hari. Permasalahan disini adalah yaitu kesempatan Kangen Water bisa mengatasi permasalahan tersebut kemudian mempunyai peluang salah satunya Kesehatan badan yang segar serta bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari dari segala aspek. Untuk mengetahui lebih lanjut maka dibutuhkan menganalisis perilaku konsumen masyarakat terutama di kota Bandung dengan mengetahui Pengaruh Perilaku Konsumen, Brand Image, dan Keputusan pembelian di Kota Bandung. Untuk metode penelitian tersebut menggunakan *probability sampling* untuk responden sebanyak 100 orang. Untuk perhitungan yaitu dengan metode analisis linier berganda dan deskriptif.

Untuk hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh uji T pada variabel perilaku konsumen sebesar  $0,01 < 0,05$  yang dan variabel brand image terhadap keputusan pembelian sebesar  $0,01 < 0,05$  keduanya mempengaruhi variabel secara parsial. Sedangkan untuk uji F mempunyai hasil sebesar  $0,01 < 0,05$  dapat disimpulkan pengaruh kedua variabel secara simultan serta mempunyai pengaruh setiap variabel sebesar 80%

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, *Brand Image*