

ABSTRAK

Industri batik mendapat sorotan khusus oleh Kementerian Perindustrian karena nilai budaya serta daya ungkit yang besar dalam pertumbuhan perekonomian nasional. Batik dapat bersaing di kancah nasional hingga internasional. Corak batik di Indonesia sangat beragam karena di setiap daerah memiliki ciri khas corak yang berbeda, salah satunya adalah batik asal Banyumas yang dikenal sebagai batik motif Banyumasan. Cukup banyak industri batik yang ada di Banyumas, salah satu industri batik di Banyumas yang cukup ternama dan berkembang hingga saat ini adalah Rumah Batik Anto Djamil. Rumah Batik Anto Djamil dapat bertahan hingga saat ini karena mampu menjaga citra merek mereka. Citra merek tentu saja berpengaruh pada keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.

Penelitian ini disusun dengan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* jenis *accidental sampling* dengan jumlah sampel 100 responden.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, pengaruh citra merek secara keseluruhan dalam kategori baik, keputusan pembelian pada kategori baik, secara keseluruhan pengaruh citra merek dan keputusan pembelian memiliki pengaruh besar terhadap proses keputusan pembelian pada konsumen Batik Anto Djamil.

Kata kunci : citra merek, keputusan pembelian, pandangan konsumen