

ABSTRAK

Perkembangan zaman pada saat ini berkembang sangat pesat, terutama dalam bidang *Fashion*. Compass merupakan lokal *brand* yang bergerek di bidang *sneaker*. Tujuan penelitian ini mengetahui bagaimana kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian pada produk sepatu Compass. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu Compass secara parsial. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu Compass secara simultan. Populasi penelitian ini yaitu seluruh konsumen Compass yang berada di Kota Bandung. Sampel sebanyak 100 responden. Metode penelitian kuantitatif dengan jenis deskriptif dan kausal dengan pengukuran skala likert. Teknik analisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS 25 *For Windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan responden yang didapat melalui kuesioner terhadap variabel kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian masuk dalam kategori sangat baik. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Yang artinya kualitas produk dapat berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Compass. Variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Yang artinya kualitas produk dapat berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Compass. Secara simultan diperoleh kualitas produk dan citra merek secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu Compass.

Kata Kunci: kualitas produk dan citra merek, Keputusan Pembelian, Compass