

ABSTRAK

Brand image adalah tolak ukur yang ada dalam benak konsumen untuk menjadi pembeda antar produk atau jasa suatu merek dengan merek lainnya seperti lambang, istilah, kepribadian desain huruf, dan warna khusus yang terasosiasikan kepada konsumen. *Brand image* merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian di Bluder Cokro Madiun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanasi (*Explanatory Research*). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bluder Cokro Madiun dengan sampel sebanyak 96 orang yang dipilih secara *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuisioner. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan 3 indikator yang membentuk *brand image* menurut Sutisna (2008) dan 5 tahap indikator Keputusan Pembelian menurut Kotler dan Armstrong (2016). Analisis data dalam penelitian ini Analisis Linier Sederhana dan Uji T. Uji Hipotesis pada penelitian ini didapatkan nilai signifikansi adalah $0,001 < 0,05$ sehingga pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *brand image* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Bluder Cokro Madiun.

Kata Kunci: *brand image, keputusan pembelian, bluder cokro*