

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Busana Muslim di Elzatta Palembang**”. Tujuan penelitian untuk mengetahui tingkat *Brand Image* dan keputusan konsumen dalam membeli busana muslim elzatta Palembang, dan *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada busana muslim di Elzatta Palembang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan cara menyebarkan kuesioner. Sampel berjumlah 85 responden. Data dianalisis dengan Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis dengan menggunakan pengolahan data dibantu software program SPSS versi 26. Dari hasil penelitian diperoleh dari *Brand image* sebanyak 53 responden (62%) masuk dalam katagori sedang dan untuk keputusan pembelian untuk 51 responden (60%) masuk dalam katagori sedang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antar *Brand Image* (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal tersebut dibuktikan oleh uji t (parsial) yang diperoleh t_{hitung} sebesar 7,916, yang artinya $t_{hitung} 7,916 > t_{tabel} 1,663$, serta besarnya nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,430 (setara dengan 43%), yang artinya bahwa pengaruh variabel *Brand Image* (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 43%, sedangkan sisanya 57% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : *Pengaruh, Brand Image, Keputusan Pembelian*