

ABSTRAK

Linda Fitriana. 2020. Pengaruh *Brand Images* Dan *Fashion Involvement* Terhadap *Consumer Buying Decision Process* Sepatu Bata Dikalangan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro). Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. Suharto, S.E., M.M. (2) H. Suwanto, S.E., M.M..

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand images* dan *fashion involvement* terhadap *buying decision*. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan dengan metode explanatory survey dan teknik pengambilan sampel berupa *accidental sampling* terhadap 160 orang responden pelanggan sepatu Bata menggunakan kuesioner dengan skala likert. Pengujian persyaratan instrumen yang digunakan meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji normalitas, uji homogenitas, uji linieritas dan keberartian regresi sebagai pengujian persyaratan analisis SEM (*Structural Equation Modeling*), dan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis SEM (*Structural Equation Modeling*).

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) diperoleh *brand images* berpengaruh terhadap *buying decision*, *fashion involvement* berpengaruh terhadap *buying decision*, dan *brand images* berpengaruh terhadap *fashion involvement*.

Kata kunci : *Brand Images*, *Fashion Involvement*, *Buying Decision*.