

## INTISARI

Persepsi konsumen sepatu Compass yang beragam mempengaruhi citra merek sepatu Compass sehingga perlu adanya penelitian untuk menganalisis lebih dalam bagaimana persepsi konsumen terhadap sepatu Compass. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap *brand image* sepatu Compass. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Data dianalisa menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Teknik *sampling* yang digunakan Teknik *Non-Probability Sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini lebih tepatnya menggunakan teknik *Purposive Sampling* dan *Snowball Sampling*. Dengan sampel sejumlah 10 responden dengan kriteria pernah menggunakan sepatu Compass selama 1 bulan. Hasil analisis persepsi konsumen sepatu Compass yang baik dapat membentuk citra merek sepatu Compass yang baik.

**Kata Kunci: Persepsi Konsumen, Citra Merek, dan Compass**

### ***ABSTRACT***

*Various consumer perceptions of Compass shoes affect the brand image of Compass shoes, this research is needed to analyze more deeply how consumers perceptions of Compass shoes. This study aims to determine consumer perceptions of the Compass shoe brand image. This study uses a qualitative method. The data were analyzed using the data analysis technique model of Miles and Huberman. The sampling technique used is the Non-Probability Sampling technique used in sampling in this study, more precisely using purposive sampling and snowball sampling techniques. With a sample of 10 respondents the criteria have used Compass shoes for at least 1 month. The results of the analysis of consumer perceptions of good Compass shoes can form a good brand image of Compass shoes.*

***Keywords: Consumer Perception, Brand Image, and Compass***