

## **ABSTRACT**

*This final project theme of The Role of Brand Image towards Customer Decision In Choosing Basketball School In PT.DBL Indonesia. The purpose of this thesis is to determine the role of brand image in the consumer customer decision in choosing services PT DBL basketball school in Indonesia. This research is a descriptive qualitative study was conducted using in-depth interviews to informants or consumer data collection, On the data has been processed, the results of the analysis the authors showed that the response of the consumer brand image is good or positive. It was known by the brand which are summarized three indicators, namely: easily recognizable, good reputation and always keep in mind. It can be concluded that the respondents had a positive response to the brand image because it can meet respondents need, so decided to buy while the factors factors that affect the brand easily recognizable, have a good reputation, and always keep in mind. This statement can be proved by the analysis conducted by the authors.*

**Keyword :** *brand image, service marketing and decision purchase*

## INTISARI

Tugas Akhir ini bertemakan tentang *Peran Brand Image Pada Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Jasa Sekolah Basket Pada PT DBL Indonesia*. Tujuan dari tugas akhir ini yaitu untuk mengetahui peran brand image konsumen pada keputusan pelanggan dalam memilih jasa sekolah basket pada PT.DBL Indonesia. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini dilakukan menggunakan wawancara mendalam kepada para informan atau konsumen dalam pengumpulan data, Pada data yang telah diolah, hasil analisis penulis menunjukkan bahwa respon *brand image* dari para konsumen baik atau positif. Hal itu diketahui melalui tiga indikator merek yang telah dirangkum yaitu: mudah dikenali, reputasi yang baik dan selalu diingat. Dapat disimpulkan bahwa responden memiliki respon yang positif pada brand image karena dapat memenuhi kebutuhan responden sehingga memutuskan untuk membeli adapun faktor – faktor yang mempengaruhi yaitu merek yang mudah dikenali, memiliki reputasi baik, dan selalu diingat. Pernyataan ini dapat dibuktikan dengan analisis yang telah dilakukan oleh penulis.

Kata kunci: brand image, pemasaran jasa dan keputusan pembelian