

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen pada produk jersey Timnas Indonesia yang diproduksi oleh brand Erspo. Meskipun Erspo sempat mendapat kritik terhadap desain dan kualitas produk, loyalitas suporter Timnas tetap tinggi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Sampel berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan rumus Cochran. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan data dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli jersey Timnas Indonesia brand Erspo. Dimensi citra merek yang mencakup kekuatan (strength), keterpihakan (favorability), dan keunikan (uniqueness) memiliki peran penting dalam membentuk persepsi konsumen dan meningkatkan minat beli. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar Erspo terus memperkuat citra merek melalui inovasi desain, peningkatan kualitas, serta strategi komunikasi yang mendekatkan diri dengan konsumen.

Kata kunci: citra merek, minat beli, jersey Timnas, Erspo, perilaku konsumen.