

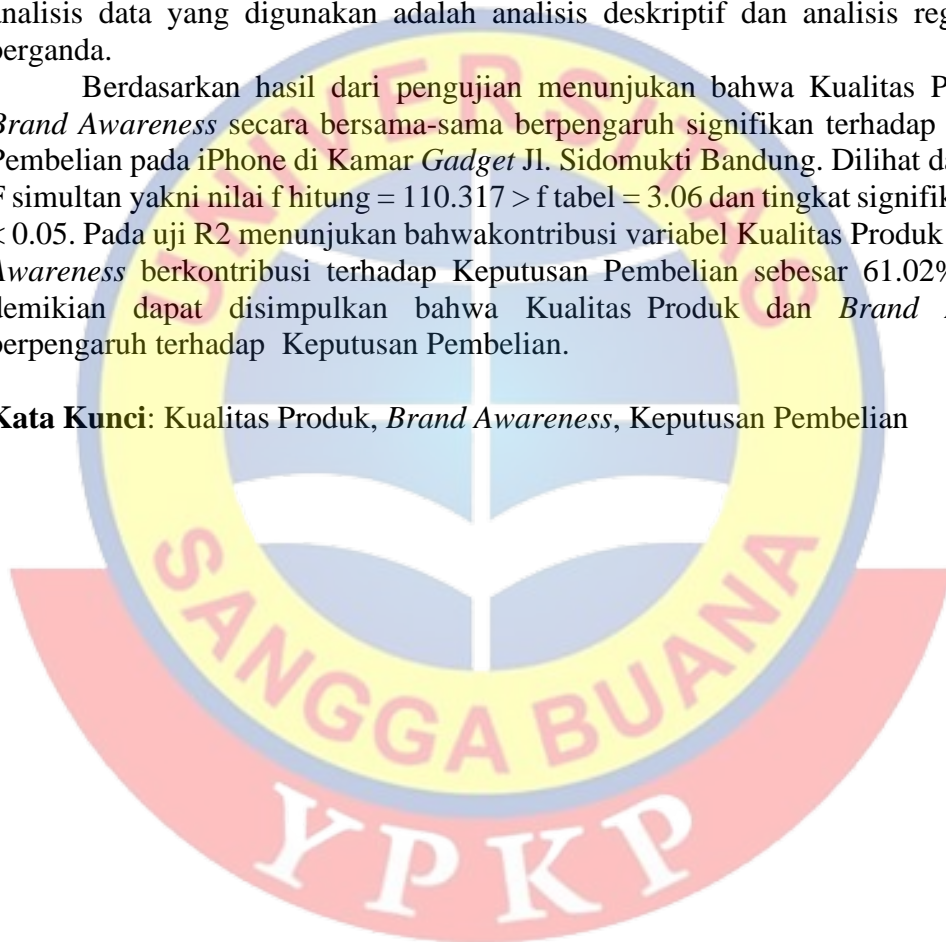
## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian pada iPhone di Kamar *Gadget* Jl. Sidomukti Bandung. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis proses Keputusan Pembelian berdasarkan Kualitas Produk dan *Brand Awareness*, serta besarnya Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Awareness* secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada iPhone di Kamar *Gadget* Jl. Sidomukti Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* menggunakan skala Likert dengan jumlah responden sebanyak 150 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil dari pengujian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan *Brand Awareness* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada iPhone di Kamar *Gadget* Jl. Sidomukti Bandung. Dilihat dari nilai uji F simultan yakni nilai  $f$  hitung = 110.317 >  $f$  tabel = 3.06 dan tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Pada uji  $R^2$  menunjukkan bahwa kontribusi variabel Kualitas Produk dan *Brand Awareness* berkontribusi terhadap Keputusan Pembelian sebesar 61.02%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan *Brand Awareness* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian



## **ABSTRACT**

*This research is conducted to know the impact of Product Quality and Brand Awareness on the Purchase Decision on the iPhone at Sidomukti Bandung Kamar Gadget. The purpose of this research is to know and analyze the process of Purchase Decision based on the Quality of the Product and Brand Awareness, as well as the magnitude of the effect of the Product Quality and Brand awareness simultaneously on the purchasing decision on iPhone at the Sidomutti Bandung Kamar Gadget.*

*This research uses descriptive methods with a quantitative approach. Sampling was done using a non-probability sampling method using the Likert scale with a total of 150 respondents. The data analysis techniques used are descriptive analysis and double linear regression analysis.*

*Based on the results of the testing showed that Product Quality and Brand Awareness together have a significant influence on the Purchase Decision on the iPhone in the Kamar Gadget JL. Sidomukti Bandung. Seeing from the simultaneous F test value is the value of  $f_{count} = 110.317 > f_{table} = 3.06$  and the level of significance  $0,000 < 0.05$ . On the test R2 showed that the contribution of the variable Product Quality and Brand Awareness contributed to the Purchasing Decision of 61.02%. Thus it can be concluded that the Quality of the Product and Brand awareness influenced the Purchase Decision.*

**Keywords:** *Product Quality, Brand Awareness, Purchase Decisions*

