

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Distro House of Smith Kota Bandung

Beberapa konsumen distro House of Smith Kota Bandung cenderung membeli produk tergantung bagaimana kualitas produknya, jika kualitas produk tersebut baik, maka konsumen merasa puas. Konsumen juga cenderung memilih merek yang mereka suka dan mereka kenal.

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis kualitas produk, kesadaran merek, dan keputusan pembelian, serta mengukur pengaruh kualitas produk dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian konsumen distro House of Smith Kota Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen distro House of Smith Kota Bandung. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 112 responden. Metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda pada taraf signifikansi sebesar 10%.

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan kesadaran merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan kualitas produk dan kesadaran merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian di distro House of Smith Kota Bandung.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kesadaran Merek, Keputusan Pembelian