

ABSTRAK

Pengaruh *Brand Awareness* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Cooler City Indramayu

Anindya Daffa Faiza

Adanya persaingan *brand* es krim yang memiliki kesamaan jenis produk dan konsep bisnis menjadi penyebab rendahnya angka pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengukur pengaruh *Brand Awareness*, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian di Cooler City Indramayu. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif dan verifikatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik *incidental sampling* dengan dengan rumus slovin menghasilkan responden sebanyak 92 orang konsumen Cooler City Indramayu. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, dan teknik analisis data menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif dan verifikatif. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linear berganda., uji t, uji F, korelasi dan determinasi. Kondisi *Brand Awareness*, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian Cooler City Indramayu berada dalam kategori baik. *Brand Awareness* dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial *Brand Awareness* dan Kualitas Produk berpengaruh Keputusan Pembelian. Sehingga penelitian ini berkontribusi untuk membuktikan bahwa penilaian *brand awareness* dan kualitas produk dari konsumen terhadap suatu *brand* akan mempengaruhi keputusan pembelian yang akan dilakukan.

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

ABSTRACT

The Influence of Brand Awareness and Product Quality on Purchasing

Decision Cooler City Indramayu

Anindya Daffa Faiza

The competition among ice cream brands with similar product types and business concepts has caused a decline in consumer purchases. This research aims to analyze and measure the influence of Brand Awareness, Product Quality and Purchasing Decisions in Cooler City Indramayu. The research method uses a quantitative approach with descriptive and verification analysis. The data collection technique used an incidental sampling technique and using Slovin's formula resulted in a total of 92 respondents Cooler City Indramayu consumers as respondents. Data was collected through distributing questionnaires, and data analysis techniques used a quantitative approach with descriptive and verification analysis. Data analysis techniques use multiple linear regression tests, t tests, F tests, correlation and determination. Conditions of Brand Awareness, Product Quality, and Purchasing Decisions of Cooler City Indramayu are in the good category. Brand Awareness and Product Quality simultaneously have a significant influence on Purchasing Decisions. Partially Brand Awareness and Product Quality influence Purchasing Decisions. So this research contributes to proving that consumers' assessment of brand awareness and product quality regarding a brand will influence their purchasing decisions

Keyword : Brand Awareness, Product Quality, Purchase Decision