

**PENGARUH CITRA MERK, KESADARAN MERK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOWROOM
BODYPACK MALL PEJATEN VILLAGE JAKARTA**

SKRIPSI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN



OLEH:

**NAMA : RIZWAN HADIYANA
NIM : 041401503125027**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA
JAKARTA
2019**

**PENGARUH CITRA MERK, KESADARAN MERK, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI SHOWROOM
BODYPACK MALL PEJATEN VILLAGE JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Pemasaran – Strata 1**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SATYA NEGARA
JAKARTA
2019**

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of brand image, brand awareness and service quality of purchasing decisions at showroom bodypack mall pejaten village jakarta. This study uses associative study. The total population in this study are 100 respondents at showroom bodypack mall pejaten village . Sampling technique used are random sampling. Data collection method used are primary and secondary data. Data analysis method used in this study is double linear regression analysis in SPSS 22. The result of this study shows that partially (t-test) brand image, brand awareness and service quality affects purchasing decisions, and simultaneously F-test shows significant influence in variable brand image, (X1), brand awreness (X2), and service quality (X3) towards purchasing decision and all free variables contribute 55% in R² value. Meanwhile another 45% are explained by unknown factors or variables that are not used in this study.

Keywords: Brand Image, Brand Awareness , Service Quality, Purchasing Decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Showroom Bodypack Mall Pejaten Village Jakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 responden konsumen Showroom Bodypack Mall Pejaten Village Jakarta, dan teknik sampling menggunakan teknik random sampling. Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan data sekunder. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan Software SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) Citra Merek, Kesadaran Merk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Citra Merek (X_1), Kesadaran Merk (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Dan kontribusi semua variabel bebas R^2 sebesar 55% terhadap keputusan pembelian (Y). Sedangkan sisanya sebesar 45% dijelaskan dengan faktor atau variabel lain yang tidak diketahui dan tidak masuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Citra Merek, Kesadaran Merk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian