



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI BIDANG STUDI MANAJEMEN PEMASARAN

## ABSTRAK

**Nina Saraswati**

**(Pengaruh *Brand Awareness* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Cuci Merek Samsung di Apartemen Kalibata City Jakarta) X + 86 Hal + 1 Biografi**

Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh *brand awareness* dan harga. Karena *brand awareness* dan harga yang murah akan memberikan peluang konsumen dalam menggunakan uang yang mereka miliki dengan lebih efektif dan efisien sebagai pelanggan, sehingga mereka mampu menggunakan dananya untuk kegiatan dengan pendapatan terbatas dan kebutuhan hidup yang lebih banyak dan bervariasi

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat adanya pengaruh antara *brand awareness* dan harga terhadap keputusan pembelian, karena *brand awareness* dan harga dapat sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen suatu produk.

Penelitian ini menggunakan metode survey yang disebarakan secara langsung kepada 80 orang responden pengguna mesin cuci merek Samsung di Apartemen Kalibata City Jakarta. Sampel dalam penelitian diambil dengan menggunakan *sampling* jenuh. Teknik analisis data dalam penelitian ini juga menggunakan bantuan program SPSS versi 19 untuk menguji pengaruh dari *brand awareness* dan harga terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil uji hipotesa dapat dilihat bahwa *brand awareness* dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambah variable bebas selain *brand awareness* dan harga, agar penelitian yang akan datang dapat menjadi lebih kompleks.

Kata Kunci : *Brand Awareness*, Harga dan Keputusan Pembelian