

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Brand Image, Brand Awareness and Price towards purchase decision of Trisakti institute of Tourism. The respondents of this study are 88 freshman of Trisakti institute of Tourism. The sampling technique used in this study is purposive sampling, while Partial Least Square (PLS) is using for analysis tool. Hypothesis Testing result showed that Brand Image have positively and significantly effect on purchase decision. Brand Awareness have positively and significantly effect on purchase decision. Price have positively and significantly effect on purchase decision. The research model tested in this study were able to meet the criteria of goodness fit model.*

*Keywords : Brand Image, Brand Awareness, Price and Purchase Decision*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti. Penelitian ini dilakukan terhadap 88 responden dengan syarat responden sudah terdaftar menjadi mahasiswa baru di Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purpose sampling*, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS). Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Model penelitian yang di uji dalam penelitian ini mampu memenuhi kriteria pengujian kelayakan model.

Kata kunci : *Brand Image*, *Brand Awareness*, Harga dan Keputusan Pembelian

