

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh timbulnya fenomena dimana perubahan zaman, baik yang berhubungan dengan pendidikan dan gaya hidup, secara langsung maupun tidak langsung telah mempengaruhi tingkat kebutuhan masyarakat akan sepatu, yang selain untuk kepentingan bersekolah maupun dunia perkuliahan juga sekaligus dapat digunakan untuk bepergian.

Penelitian ini ditunjukan untuk menguji pengaruh brand awareness dan Desain produk terhadap Keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Meruya Selatan, dan jumlah sampel yang ditentukan adalah 100 responden dengan menggunakan metode *non probabilitas dan convenience sampling*. Regresi Linear Berganda yang dijalankan dengan perangkat lunak SPSS versi 21 digunakan untuk menganalisis data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Brand Awareness dan Desain Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, hal ini dibuktikan dari hasil uji simultan (Uji F) yang menunjukkan nilai signifikan dari 2 variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu, hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Brand Awareness dan Desain Produk dan Keputusan Pembelian pada sepatu casual Adidas (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Mercu Buana Meruya Selatan Jakarta Barat)

Kata kunci: Brand Awareness, Desain Produk, Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This research was motivated by the emergence of a phenomenon in which the changing times, whether related to education and lifestyle, directly or indirectly affect the level of community need shoes, which in addition to the interests of the world of school and college at the same time also can be used for traveling.

This study indicated to examine the effect of brand awareness and product design to the purchase decision. This research was conducted at the University of Mercu Buana Meruya Student South, and the sample size is 100 respondents were determined using the method of non-probability and convenience sampling. Linear Regression is run with SPSS version 21 software is used to analyze the data.

These results indicate that Brand Awareness and Product Design positive and significant impact on the purchase decision, it is evident from the results of simultaneous test (F test) that shows the significant value of two independent variables that support the hypothesis. Therefore, the test results of this study stated that there are significant simultaneously between variables Brand Awareness and Product Design and Purchasing Decision on casual shoes Adidas (Case Study Mercu Buana University Students Meruya South Jakarta Barat)

Keywords: Brand Awareness, Product Design, Purchasing Decisions



UNIVERSITAS
MERCU BUANA