

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN MANDI MEREK LIFEBOUY DI
KOTA SINGARAJA**

Oleh

Ni Luh Putu Arini Gita Cahya, NIM 1917041190

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari citra merek dan kesadaran merek secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian sabun mandi merek Lifebuoy di Kota Singaraja. Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner serta teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Adapun hasil dalam penelitian ini adalah: (1) citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sabun mandi merek Lifebuoy; (2) kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sabun mandi merek Lifebuoy; (3) citra merek dan kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sabun mandi merek Lifebuoy di Kota Singaraja.

Kata-kata kunci: citra merek, keputusan pembelian, kesadaran merek

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN MANDI MEREK LIFEBOUY DI
KOTA SINGARAJA**

By

Ni Luh Putu Arini Gita Cahya, NIM 1917041190

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of brand image and brand awareness partially and simultaneously on purchasing decisions of Lifebuoy brand bath soap in Singaraja City. The research design used in this study is causal quantitative. Determination of the sample in this study using a purposive sampling technique. The number of samples used was 100 respondents. The instrument used in data collection was a questionnaire and the data analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results of this study are: (1) brand image has no effect on purchasing decisions for Lifebuoy brand bath soap; (2) brand awareness has a positive and significant effect on purchasing decisions to purchase Lifebuoy brand bath soap; (3) brand image and brand awareness have a significant effect on purchasing decisions for Lifebuoy brand bath soap in Singaraja City.

Keywords: brand awareness, brand image, purchase decision