

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DODOL PENGLATAN ME MAWAR**

Oleh

Putu Satya Wadhi Putra, NIM 2117041052

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian dodol Penglatan Me Mawar di Kota Singaraja. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan desain penelitian kausal, dimana pengujian dilakukan secara parsial dan simultan. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 120 pelanggan dodol Penglatan Me Mawar di Kota Singaraja. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik, yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas produk dan *brand awareness* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dodol Penglatan Me Mawar. (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dodol Penglatan Me Mawar, yang berarti semakin tinggi kualitas produk, semakin besar kemungkinan pelanggan untuk melakukan pembelian. (3) *Brand awareness* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dodol Penglatan Me mawar, meskipun pengaruhnya lebih kecil dibandingkan dengan kualitas produk. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian, sedangkan *brand awareness* juga berperan dalam meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Kata kunci: *brand awareness*, keputusan pembelian, kualitas produk.

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND BRAND AWARENESS ON
THE PURCHASE DECISION OF DODOL PENGLATAN ME MAWAR***

By

Putu Satya Wadhi Putra, NIM 2117041052

Management Major

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality and brand awareness on purchasing decisions for Penglatan Me Mawar dodol in Singaraja City. The type of research used is quantitative research with a causal research design, where testing is carried out partially and simultaneously. The sampling method uses a purposive sampling technique, with a sample size of 120 Penglatan Me Mawar dodol customers in Singaraja City. Data were collected through questionnaires distributed to respondents. Data processing was carried out using the SPSS version 25 application. Before conducting multiple linear regression analysis, a classical assumption test was first carried out, which included a normality test, a multicollinearity test, and a heteroscedasticity test. The results of the study indicate that: (1) Product quality and brand awareness simultaneously have a significant effect on purchasing decisions for Penglatan Me Mawar dodol. (2) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions for Penglatan Me Mawar dodol, which means that the higher the product quality, the more likely customers are to make a purchase. (3) Brand awareness also has a positive and significant effect on purchasing decisions for Penglatan Me Mawar dodol, although its effect is smaller than product quality. Thus, this study confirms that product quality is the main factor in influencing purchasing decisions, while brand awareness also plays a role in increasing the attractiveness of the product in the eyes of consumers.

Keywords: brand awareness, purchasing decisions, product quality.