

ABSTRAK

**RIZKI SAHILA RUHIAT, NIM 3402150066. “Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian (*Buying Decision*) (Suatu Studi pada PT. Sari Murni Bakery)”.
Dibawah bimbingan Dr. Apri Budianto, M.M. (Pembimbing I) dan H. Iwan Setiawan, SE., M.M. (Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada PT. Sari Murni Bakery).

Permasalahan yang dihadapi dalam dalam penelitian ini adalah Bagaimana Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian (*Buying Decision*) di PT. Sari Murni Bakery? Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Bagaimana Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian (*Buying Decision*) di PT. Sari Murni Bakery. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode yang bersifat deskriptif kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman, Uji Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis (Uji t).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (*buying decision*) pada PT. Sari Murni Bakery dengan besarnya pengaruh 38,44% dan sisanya 61,56% dipengaruhi oleh faktor lain. Diharapkan PT. Sari Murni Bakery mempertahankan *brand awareness* atau kesadaran merek konsumennya sehingga akan memperbaiki mengenai pengambilan keputusan pembelian (*buying decision*) di masyarakat.

Kata kunci : *Brand Awareness* dan Keputusan Pembelian (*buying decision*).