

ABSTRAK

Yanti Nurafipah. NIM. 3402200415. Pengaruh *Brand Awareness* dan *Personal Selling* Terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi Pada Konsumen PT Macakal Pangan Sejahtera). Dibawah Bimbingan Bapak Dr. Nana Darna, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Enjang Nursolih, S.H., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada *brand awareness* dan *personal selling* terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi pada Konsumen PT Macakal Pangan Sejahtera).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: (1) Bagaimana pengaruh *brand awareness* terhadap minat beli pada konsumen PT Macakal Pangan Sejahtera? (2) Bagaimana pengaruh *personal selling* terhadap minat beli pada konsumen PT Macakal Pangan Sejahtera? (3) Bagaimana pengaruh *brand awareness* dan *personal selling* terhadap minat beli pada konsumen PT Macakal Pangan Sejahtera?. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, Uji t dan Uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *brand awareness* terhadap minat beli pada konsumen PT Macakal Pangan Sejahtera, dibuktikan t hitung sebesar 2,647 dan dibandingkan dengan t tabel 1,662 sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima; (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *personal selling* terhadap minat beli pada konsumen PT Macakal Pangan Sejahtera, dibuktikan oleh t hitung sebesar 2,147 dan dibandingkan dengan t tabel 1,662, sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima; (3) Terdapat pengaruh positif *brand awareness* dan *personal selling* pada konsumen PT Macakal Pangan Sejahtera, dibuktikan dari nilai F hitung adalah sebesar 5 sementara pada F tabel 3,11, maka H₀ ditolak dan H₁ diterima artinya hipotesis yang diajukan dapat diterima dan teruji kebenarannya. Diharapkan PT Macakal Pangan Sejahtera dapat mempertahankan *brand awareness* dan *personal selling* sehingga akan meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci: *Brand Awareness, Personal Selling, Minat Beli*