

ABSTRAK

Judul : Pengaruh *Brand Awareness*, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO di Tanjung Duren
Nama : Rafi Yustizar
Program Studi : S-1 Manajemen
Pembimbing : Prof. Dr. Benny Gunawan, M.Sc.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Awareness*, Harga dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO di Wilayah Tanjung Duren. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang melakukan pembelian dan menggunakan *Smartphone* OPPO di Wilayah Tanjung Duren. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel. Hasil penelitian ini adalah *brand awareness*, harga dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, Harga, Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Title : *Effect of Brand Awareness, Price and Satisfaction Customers Against OPPO Smartphone Purchase Decisions in Tanjung Duren*

Name : *Rafi Yustizar*

Study Program : *S-1 Management*

Supervisor : *Prof. Dr. Benny Gunawan, M.Sc.*

This study aims to determine the effect of Brand Awareness, Price and Customer Satisfaction on OPPO Smartphone Purchase Decisions in the Tanjung Duren Region. The population in this study is all people who make purchases and use OPPO smartphones in the Tanjung Duren area. The sample in this study was taken using a non-probability sampling method using a purposive sampling technique as many as 100 respondents. The analytical method used is multiple linear regression analysis to determine the direct and indirect effects between variables. The results of this study are brand awareness, price and customer satisfaction have an influence on purchasing decisions partially or simultaneously.

Keywords: Brand Awareness, Price, Customer Satisfaction, Purchase Decisions