

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *BRAND AWARENESS*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA  
WULING MOTORS KOTA BANDUNG**

Disusun Oleh:  
Muhammad Taufik Hidayat

Pembimbing:  
Efi Fitriani, SE., M.Si

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian pada produk Wuling Motor. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif, dengan teknik pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan kuesioner ke 100 orang konsumen. Rancangan pengujian hipotesis menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi ( $R^2$ ), analisis pengujian hipotesis (uji t), dan analisis pengujian simultan (uji f) yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh kualitas produk dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk Wuling Motor. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Kualitas Produk dan *Brand Awareness* berpengaruh positif secara simultan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan perhitungan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan *brand awareness* ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ).

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Brand Awareness, Keputusan Pembelian**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND AWARENESS  
ON PURCHASING DECISIONS OF WULING MOTORS  
IN BANDUNG CITY***

*Written By:*  
Muhammad Taufik Hidayat

*Preseptor:*  
Efi Fitriani, SE., M.Si

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of product quality and brand awareness on purchasing decisions on Wuling Motor products. The research method used is descriptive and verification methods, with data collection techniques by distributing questionnaires to 100 consumers. The design of the hypothesis tester uses the classical assumption test, multiple linear regression analysis, correlation coefficient, coefficient of determination ( $R^2$ ), analysis of hypothesis testing ( $t$  test), and simultaneous testing analysis ( $f$  test) which are used to measure the influence of product quality and brand awareness on decision to purchase Wuling Motor products. The results of the study concluded that Product Quality and Brand Awareness simultaneously have a positive effect on Purchase Decisions. Based on the calculations, it can be concluded that the variable product quality ( $X_1$ ) and brand awareness ( $X_2$ ) together have a significant effect on the purchasing decision variable ( $Y$ ).*

***Keywords: Product Quality, Brand Awareness, Purchasing Decisions***