PENGARUH *BRAND AWARENESS* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE BLIBLI DI KABUPATEN KARAWANG

Ditulis Oleh:
Silvya Triatina Gustika

Dosen Pembimbing:
Terra Saptina Maulani, SE., M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Blibli. Metode penelitian yang digunakan yaitu Analisis deskriptif, dan Regresi sederhana. teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarkan ke 100 responden. Rancangan pengujian hipotesis menggunakan analisis deskriptif, Analisis regresi sederhana, Analisis korelasi, Koefisien determinasi, Uji validitas, dan Uji normalitas. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Brand Awareness dan Kualitas Pelayanan memiliki dampak yang signifikan pada Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Blibli Di Kabupaten Karawang secara parsial dan simultan. *Brand Awareness* dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Blibli Di Kabupaten Karawang Sebanyak 75,6% dipengaruhi oleh faktor yang diselidiki, sementara 24,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Blibli

THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS AND SERVICE QUALITY ON PURCHASING DECISIONS AT BLIBLI E-COMMERCE IN KARAWANG DISTRICT

Written By:
Silvya Triatina Gustika

Advisor:
Terra Saptina Maulani, SE., M.Si

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of Brand Awareness and Service Quality on Purchasing Decisions at Blibli. The research methods used are descriptive analysis and simple regression. Data collection techniques used questionnaires distributed to 100 respondents. The hypothesis testing design uses descriptive analysis, simple regression analysis, correlation analysis, coefficient of determination, validity test, and normality test. The results of this research show that Brand Awareness and Service Quality have a significant impact on Purchasing Decisions at Blibli E-Commerce in Karawang Regency partially and simultaneously. Brand Awareness and Service Quality have a significant influence on Purchasing Decisions at Blibli E-Commerce in Karawang Regency. As much as 75,6% is influenced by the factors investigated, while the remaining 24,4% is influenced by other variables not included in this research.

Keywords: Brand Awareness, Service Quality, Purchase Decision, Blibli