

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH KESADARAN MEREK (*BRAND AWARENESS*) TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK AIR MINUM
DALAM KEMASAN (AMDK) AQUA DI KOTA GORONTALO**

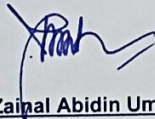
Oleh

Dzulharman Baruwadi

NIM. 931-412-025

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

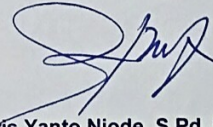
Pembimbing I



Dr. Zainal Abidin Umar, M.Si

NIP. 19690208200112 1 001

Pembimbing II

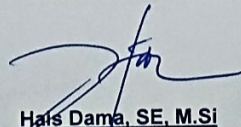


Idris Yanto Niode, S.Pd, MM

NIP. 19781026200501 1 001

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Hais Dama, SE, M.Si

NIP. 19730305200212 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kesadaran Merek (*Brand Awareness*)
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Air Minum Dalam
Kemasan (AMDK) Aqua Di Kota Gorontalo

Oleh

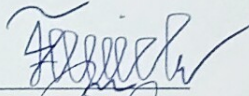
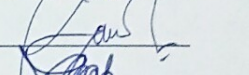
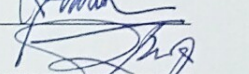

Dzulharman Baruadi

Nim: 931-412-025

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

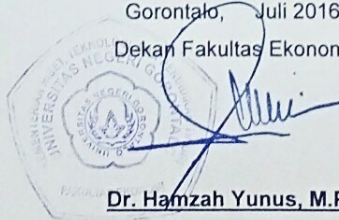
Hari/Tanggal : Selasa, 19-7-2016

Waktu : 12.00 Wita

	Penguji
1. Tineke Wolok, S.T, M.M	1 
2. Ramlan Amir Isa, S.E, M.M	2 
3. Dr. Zainal Abidin Umar, M.Si	3 
4. Idris Yanto Niode, S.Pd, M.M	4 

Gorontalo, Juli 2016

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hamzah Yunus, M.Pd

NIP. 19600223198603 1 004

ABSTRAK

Dzulharman Baruadi, NIM 931 412 025. 2016. "Pengaruh Kesadaran Merek (*Brand Awareness*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Aqua di Kota Gorontalo". Prodi S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo. Selaku Pembimbing I Bapak Dr. Zainal Abidin Umar, M.Si dan Bapak Idris Yanto Niode S.Pd.,M.M pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan secara empiris apakah kesadaran merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dan seberapa besar pengaruhnya. Populasi dalam penelitian adalah konsumen yang menggunakan produk AMDK Aqua. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Accidental Sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Adapun jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 96 responden.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X (Kesadaran Merek) terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) Produk AMDK Aqua di Kota Gorontalo, yakni diperoleh (R-Square) sebesar 0,241 atau 24,1% sedangkan sisanya sebesar 75,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat diprediksi oleh penulis misalnya, *Brand Image*, Kualitas Produk, Harga dan lain-lain yang tidak terdapat pada model.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Keputusan Pembelian, AMDK

ABSTRACT

Dzulharman Baruadi, Student ID. 931 412 025. 2016. "The Influence of Brand Awareness toward Buying Decision of Bottled Water Product brand *Aqua* in Gorontalo City." Bachelor Study Program of Management, Faculty of Economics, State University of Gorontalo. Principal supervisor is Dr. Zainal Abidin Umar, M.Si and Co-supervisor is Idris Yanto Niode, S.Pd., M.M.

This research aims at testing and proving empirically whether or not brand awareness influences the buying decision and the extent of the influence. The research population are consumers of bottled water *Aqua*. The technique of sampling is accidental sampling. The samples are 96 respondents.

Findings show that there is an influence of X variable (brand awareness) towards Y variable (Buying Decision) of bottled water *Aqua* in Gorontalo city. The R-Square value is 0,241 or 24,1% show the influence of X variable (brand awareness) towards Y variable (Buying Decision), while the rest 75,1% is influenced by other factors which cannot be predicted by the researcher namely brand image, product quality, price, etc that cannot be found in this model.

Keywords: Brand Image, Purchasing Decision, Bottled Water

