

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat kesadaran merek (*brand awareness*) terhadap keputusan pembelian produk Gundoel Handayani. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang dilakukan pada konsumen yang telah membeli produk Gundoel Handayani dengan responden berjumlah 50 responden.

Penelitian ini menggunakan metode analisis *regresi liner* sederhana untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan R *Square* adalah 0,527. Hasil penelitian juga menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan tingkat kesadaran merek (*brand awareness*) terhadap keputusan pembelian produk Gundoel Handayani. Hal tersebut dibuktikan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $t 7,316 > 2,010$ .

Kata kunci: tingkat kesadaran merek (*brand awareness*), keputusan pembelian.

## ***ABSTRACT***

*This research aims to determine the effect of brand awareness on purchasing decisions of Gundoel Handayani products. This research uses purposive sampling method conducted on consumers who have purchased Gundoel Handayani product with 50 respondents.*

*This research uses simple linear regression analysis method to test the hypothesis. The results showed R Square is 0.527. The result of the research also shows that there is a positive and significant influence of brand awareness on purchasing decision of Gundoel Handayani product. This is evidenced by the sig value of  $0.000 < 0.05$  and  $t 7.316 > 2.010$ .*

*Keywords: level of brand awareness, purchase decision.*