



UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Harsono RM No. 67 Ragunan Pasar Minggu, Jakarta Selatan
Kampus II : Jl. Raya Perjuangan, Bekasi Utara Telp : 021. 88955882
Website: www.ubharajaya.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: SKET/098/II/2024/FEB-UBJ

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.
NIP : 2206560
Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menerangkan bahwa nama :

1. Nama : Meita Fitriani¹
NPM : 201910325406
Jabatan : Mahasiswa Prodi Manajemen
2. Nama : Andrian, S.E., M.M.²
NIDN : 0321077102
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen
3. Nama : Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo, S.T., M.M.³
NIDN : 0329017202
Jabatan : Dosen Tetap Prodi Manajemen

Adalah benar sebagai Penulis pada JURNAL ECONOMINA dengan judul "DAMPAK BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI SUMMARECON BEKASI" telah terbit pada Volume 2, Nomor 9, e-ISSN: 2963-1181, September 2023.

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 17 Januari 2024



DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Dewi Puspaningtyas Faeni
Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA.

NIP : 2206560

Tembusan:
- Arsip.

DAMPAK *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI SUMMARECON BEKASI

Meita Fitriani¹, Andrian², Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo³

^{1,2,3}Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Corresponding Author: meita.fitriani19@mhs.ubharajaya.ac.id¹, andrian@dsn.ubharajaya.ac.id², franciscus@dsn.ubharajaya.ac.id³

Article History

Received : 23-08-2023

Revised : 31-08-2023

Accepted : 03-09-2023

Kata Kunci: *Brand Awareness*; *Brand Image*; Keputusan Pembelian; Kualitas Produk

Keywords: *Brand Image*; *Brand Awareness*; *Product Quality*; *Purchasing Decisions*

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui Dampak *Brand Image*, *Brand Awareness*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Summarecon Bekasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis dan menarik kesimpulan tentang objek yang diteliti, sehingga dapat dinyatakan dengan angka. Data dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari hasil jawaban responden yang mengisi kuesioner. Penelitian ini menggunakan 150 responden dengan metode sampling yang digunakan adalah simple random sampling. Berdasarkan hasil uji t (parsial) 1.) *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. 2.) *Brand Awareness* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. 3.) Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. 4.) Berdasarkan uji f (simultan) *Brand Image*, *Brand Awareness* dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the impact of *Brand Image*, *Brand Awareness*, and *Product Quality* on *Mixue Purchasing Decisions* at *Summarecon Bekasi*. This study uses a quantitative method which aims to analyze and draw conclusions about the object under study, so that it can be expressed with numbers. The data in this study are primary data obtained from the answers of respondents who filled out the questionnaire. This study used 150 respondents with the sampling method used was simple random sampling. Based on the results of the t test (partial) 1.) *Brand Image* has an effect on *Purchasing Decisions*, 2.) *Brand Awareness* has no effect on *Purchasing Decisions*. 3.) *Product quality* has an effect on *purchasing decisions*. 4.) Based on the f test (simultaneously) *Brand Image*, *Brand Awareness* and *Product Quality* have an effect on *Purchasing Decisions*.