**PENGARUH *BRAND ATTITUDE* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG**

**(Studi Pada Mahasiwa STIE PGRI Dewantara Jombang)**

**ABSTRAK**

**Oleh :**

**Dita Aulia Fitriani**

**Dosen Pembimbing:**

**Nuri Purwanto, SST.,MM**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Attitude* dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Samsung. Sampel penelitian ini adalah *nonprobability sampling.* Alat uji yang digunakan untuk menguji instrumen penelitian ini berupa uji validitas dan uji reabilitas. Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas juga dilakukan sebagai persyaratan uji regresi. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan hasil uji t pada analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Attitude* dan *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Handphone Samsung.*

**Kata Kunci :** *Brand Attitude, Brand Awareness,* Keputusan Pembelian

**PENGARUH *BRAND ATTITUDE* DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG**

**(Studi Pada Mahasiwa STIE PGRI Dewantara Jombang)**

**ABSTRACK**

**By :**

**Dita Aulia Fitriani**

**Advistor:**

**Nuri Purwanto, SST.,MM**

This study aimed to analyze the influence of Brand Attitude and Brand Awareness toward purchase decision Samsung Mobile. The sample was nonprobability sampling. Test equipment used to test this research instrument of this research is to test the validity and reliability testing. Test the classic assumption of normality test, multicollinearity and heteroscedasticity test was also conducted as regression test requirements. Hypothesis testing is done by using the results on multiple linear analysis. The results showed that Brand Attitude and Brand Awareness significantly influence purchasing decision of Samsung Mobile.

**Keyword:** Attitude Brand, Awareness Brand, Purchase Decision