

ABSTRAK

ALIF ICKSAN PRABOWO, Pengaruh Kesadaran Merek dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian Produk Distro di Jakarta.

Penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta selama lima bulan dimulai dari bulan Februari sampai dengan Juni tahun 2019. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek dan suasana toko terhadap keputusan pembelian produk distro di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi diambil dari pengunjung Distro di kota Jakarta. Jumlah sampel sebanyak 141 responden diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 24,023 + 0,948 X_1$ dan $\hat{Y} = 23,109 + 0,880 X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu menggunakan uji normalitas dan linieritas. Uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikansi sebesar 0,051. Karena tingkat signifikansi tersebut $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 menghasilkan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ dan uji linieritas regresi Y atas X_2 menghasilkan nilai signifikansi $0,000 < 0,005$, sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linier. Dari uji t dihasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 6,352$ dan $t_{tabel} = 1,65605$, Y atas X_2 $t_{hitung} = 6,562$ dan $t_{tabel} = 1,65605$. Dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasinya adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi Y atas X_1 diperoleh sebesar 0,226 yang menunjukkan bahwa 22,6% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh kesadaran merek. dan Y atas X_2 yang diperoleh sebesar 0,238 yang menunjukkan bahwa 23,8% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh suasana toko.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Kesadaran Merek, Suasana Toko.

ABSTRACT

ALIF ICKSAN PRABOWO, *The Effect of Brand Awareness and Store Atmosphere on Purchasing Decisions of Distro Products in Jakarta.*

The study was conducted at the Faculty of Economics, Jakarta State University for five months starting from February to June 2018. The purpose of this study was to determine the effect of brand awareness and store atmosphere on purchasing decisions for distro products in Jakarta. The research method used was a survey method with a correlational approach, the population was taken from the visitors of the Distro Premium Nation Com - PNTN, Betawi Punye Distro and Laras Distro in the city of Jakarta. The total sample of 141 respondents was taken using purposive sampling technique. The resulting regression equations are $\hat{Y} = 24.023 + 0.948 X1$ and $\hat{Y} = 23.109 + 0.880 X2$. Test requirements analysis using the test for normality and linearity. Test for normality with the Kolmogorov-Smirnov test with a significance level (α) = 5% or 0.05 and produce a significance level of 0.051. Because the significance level is > 0.05 , it can be concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. Y regression linearity test over X1 produces a significance value of 0.000 < 0.005 and Y regression linear test over X2 produces a significance value of 0.000 < 0.005 , so it can be concluded that the regression equation is linear. From the t test produced Y over X1 $t_{count} = 6.352$ and $t_{table} = 1.65605$, Y over X2 $t_{count} = 6.562$ and $t_{table} = 1.65605$. It can be concluded that the correlation coefficient is positive and significant. The coefficient of determination of Y over X1 was obtained at 0.226, indicating that 22.6% of the purchase decision variable was determined by brand awareness. and Y for X2 obtained by 0.238 which shows that 23.8% of the purchase decision variable is determined by the store atmosphere.

Keywords: *Purchasing Decisions, Brand Awareness, Store Atmosphere.*