

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek, dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Rinso pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Jember. jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Jember, yakni sebesar 555 Mahasiswa. Sampel yang diambil adalah 83 responden dengan teknik *accidental sampling*. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kualitas, nama merek dan *brand awareness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa 59,7 % Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh persepsi kualitas, nama merek, dan *brand awareness*.

Kata kunci: Persepsi kualitas, nama merek, *brand awareness*, keputusan pembelian.



## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of Quality Perception, Brand Name, and Brand Awareness Against Purchasing Decision of Rinso Washing Soap at Student of Faculty of Economics, Force 2014 University of Muhammadiyah Jember. type of quantitative descriptive research with explanatory research design. Population in this research is all student of Faculty of Economics Force 2014 University of Muhammadiyah Jember, that is equal to 555 Students. Samples taken were 83 respondents with accidental sampling technique. Analyzer uses multiple linear regression. The results showed that the perception of quality, brand name and brand awareness partially significant effect on purchasing decisions. Coefficient of determination analysis shows that 59,7% Purchasing Decision influenced by perception of quality, brand name, and brand awareness.*

*Keywords: Perception of quality, brand name, brand awareness, purchasing decision.*

