

ABSTRAK

Tujuan dilakukan ini untuk mengetahui pengaruh Brand Awareness, Brand Attitude terhadap Keputusan Pembelian produk Aqua di Depo Air Minum Tirta Mulya Kedamean Gresik. Penelitian ini mengambil populasi di Depo Air Minum Tirta Mulya Kedamean Gresik. Sampel yang digunakan sebanyak 77 responden. Teknik yang digunakan yaitu *Sampling Insidental* Pengumpulan data ini menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi kemudian dianalisis dengan uji regresi linier berganda dan uji signifikan dengan program SPSS Version 24. Hasil analisis yang dilakukan menggunakan uji t disimpulkan bahwa variable brand awareness dan brand attitude berpengaruh t secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil variable *brand awareness* t_{hitung} sebesar -1,152 dengan nilai sig ,235, *brand attitude* t_{hitung} sebesar 1,163 dengan nilai sig ,249. Sedangkan uji F simultan diperoleh hasil 23.632 dengan nilai sig .000b.

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

ABSTRACT

The purpose of this is to know the effect of Brand Awareness, Brand Attitude on the Purchase Decision of Aqua products in the Tirta Mulya Kedamean Gresik Drinking Water Depot. This study takes the population in Tirta Mulya Kedamean Gresik Drinking Water Depot. The sample used was 77 respondents. The technique used is Insidental Sampling This data collection uses questionnaires, observations and documentation and then analyzed with multiple linear regression tests and significant tests with SPSS Version 24. The results of the analysis conducted using the t test concluded that the variable brand awareness and brand attitude affect t persial and significant to the purchase decision with the result of brand awareness variable t-count of -1,152 with sig, 235, brand attitude t-count of 1,163 with sig value, 249. While the simultaneous F test results were 23,632 with sig .000b values.

Keywords: *Brand Awareness, Brand Attitude, Purchasing Decisions.*