

Roikhatul Umatis Saniyah. 11220440

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND AWARENESS*, DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CHOCOLATOS PT. GARUDAFOOD

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma,2023

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi Indonesia saat ini dipengaruhi oleh tingkat persaingan industri. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk selalu berusaha meningkatkan dalam meraih konsumen baru. Perusahaan harus mampu menciptakan strategi yang tepat dalam memasarkan produknya, karena saat ini konsumen semakin selektif dalam memilih produk untuk digunakan atau dikonsumsi. Salah satu perusahaan yang berkembang dalam industri ini adalah PT.GarudaFood dengan produk Chocolatos. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand image*, *brand awareness* dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk Chocolatos PT. GarudaFood.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah mengkonsumsi ataupun membeli produk Chocolatos. Sampel penelitian ini ditentukan dengan Teknik *non probability sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *brand image* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan *brand awareness* dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Chocolatos PT.GarudaFood. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa *brand image*, *brand awareness* dan inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chocolatos PT.GarudaFood.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Brand Awareness*, Inovasi Produk, Keputusan Pembelian
(xi + 52 + Lampiran)

Daftar Pustaka (2016-2021)