

**ANALISIS PENGARUH *BRAND AWARENESS* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINUMAN HAUS  
(Survei pada Konsumen Produk Minuman Haus di Jabodetabek)**

**SUKANDI**

**1702518009**



**Karya Ilmiah ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapat  
Gelara Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2021**

***ANALYSIS THE EFFECT OF BRAND AWARENESS ON  
PURCHASE DECISIONS IN HAUS BEVERAGE PRODUCTS  
(Survey on Haus Beverage Consumers in Jabodetabek)***

**SUKANDI**

**1702518009**



***Research papers written to fulfill on the requirements to get the title of Diploma  
at the Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta.***

***MARKETING MANAGEMENT DIII STUDY PROGRAM  
FACULTY OF ECONOMICS  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2021***

## ABSTRAK

**Sukandi, 2021; 1702518009; Analisis Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Haus (Survei pada Konsumen Produk Minuman Haus di Jabodetabek).**

Penelitian ini bertujuan untuk : 1) mengetahui deskripsi *brand awareness* pada produk minuman Haus. 2) mengetahui deskripsi keputusan pembelian pada produk minuman Haus. 3) mengetahui pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk minuman Haus. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan survei penyebaran kuesioner yang di sebarakan kepada 110 responden dengan kriteria berdomisili di Jabodetabek dan pernah membeli produk minuman Haus. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linear sederhana.

Dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Brand Awareness* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian produk minuman Haus. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil koefisien determinasi sebesar 0,489 atau dapat diartikan bahwa *Brand Awareness* memiliki pengaruh 48,9% terhadap variabel keputusan pembelian produk minuman Haus.

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

## **ABSTRACT**

**Sukandi, 2021; 1702518009; Analysis of the Influence of Brand Awareness on Purchase Decisions of Haus Beverage Products (Survey on Haus Beverage Product Consumers in Jabodetabek).**

*This research aims to 1) know the description of brand awareness on Haus beverage product. 2) know the description of purchase decisions on Haus beverage product. 3) determine the effect of brand awareness on purchase decisions for Haus beverage products. The data collection method used in this study was a survey of distributing questionnaires distributed to 110 respondents with the criteria that they live in Jabodetabek and have purchased Haus beverage products. The analytical method used is a simple linear regression analysis method with research subjects Haus beverage consumers in Jabodetabek.*

*From this research, it shows that Brand Awareness has an influence on purchase decisions of Haus beverage products. This is evidenced by the results of the determination coefficient of 0.489 or it can be interpreted that Brand Awareness has a 48.9% influence on the variable purchase decisions for Haus beverage products.*

*Keywords: Brand Awareness, Purchase Decision, Haus*

## LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227, Surel [fe@unj.ac.id](mailto:fe@unj.ac.id) - [www.fe.unj.ac.id](http://www.fe.unj.ac.id)

---

### SURAT PERSETUJUAN SIDANG KARYA ILMIAH

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ika Febrilia SE, M.M.  
NIP/NIDK : 198702092015042001  
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Sukandi  
No. Registrasi : 1702518009  
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran  
Judul Karya Ilmiah : Analisis Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Haus (Survei pada Konsumen Produk Minuman Haus di Jabodetabek).

untuk mengikuti Ujian Karya Ilmiah.

Jakarta, 07 Mei 2021

Mengetahui,  
Koord. Program Studi Manajemen Pemasaran

Dra. Sholikhah, M.M.  
NIP. 196206231990032001

Dosen Pembimbing





Ika Febrilia SE, M.M.  
NIP. 198702092015042001

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

## LEMBAR PENGESAHAN

### Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH			
Penanggung Jawab			
Dekan Fakultas Ekonomi			
			
<u>Dr. Ari Santono, SE., M.Pd</u>			
NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dra. Sholikhah, M.M</u> NIP. 196206231990032001 (Ketua)	 .....	08 Juni 2021 .....
2	<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 195702211985032002 (Penguji Ahli)	 .....	07 Juni 2021 .....
3	<u>Ika Febrilia, SE, M.M</u> NIP. 198702092015042001 (Pembimbing)	 .....	09 Juni 2021 .....
Nama : Sukandi			
No. Registrasi : 1702518009			
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran			
Tanggal Lulus : 03 Juni 2021			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

## LEMBAR ORISINILITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, Saya:

Nama : Sukandi  
NIM : 1702518009  
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran  
Tahun Akademik : 2018

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul "**Analisis Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Haus (Survei pada Konsumen Produk Minuman Haus di Jabodetabek)**" ini adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri, dan tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara - cara yang tidak sesuai dengan pedoman dan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap menerima tindakan/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas penyalahgunaan ataupun tindakan yang tidak sesuai dengan etika akademik dalam karya ilmiah saya ini, atau terdapat klaim terhadap keaslian karya ilmiah saya ini.

Jakarta, 10 Mei 2021

Yang Menyatakan



**Sukandi**

**1702518009**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan Karya Ilmiah ini yang berjudul “Analisis Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Haus (Survei pada Konsumen Produk Minuman Haus di Jabodetabek). Karya ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan Karya Ilmiah ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil, terutama Ibu dan ayah yang selalu memberikan doa, dorongan semangat, serta dukungan yang tiada hentinya sehingga Karya Ilmiah ini akhirnya dapat terselesaikan. Pada kesempatan ini dengan ketulusan hati yang paling dalam, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Sholikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
3. Ika Febrilia, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dan telah memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan petunjuk, pengetahuan, bimbingan dan pengarahan selama penyusunan Karya Ilmiah ini.



4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan ilmu yang tidak terbatas kepada peneliti selama kuliah di Universitas Negeri Jakarta.
5. Teman-teman angkatan 2018 Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi yang telah memberikan dukungan yang tulus kepada peneliti.
6. Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat peneliti ucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya.

Demikian karya ilmiah ini dibuat dengan sebaik-baiknya, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa karya ilmiah ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran untuk memperbaiki kekurangan yang ada, sehingga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Jakarta, 10 Mei 2021

**Sukandi**