

## **ABSTRAK**

### **Pengaruh Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh Dalam Kemasan “Frestea” di Kota Padang**

**Oleh: Wiwi Afrita**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, dan membuktikan seberapa besar pengaruh kesadaran merek dan asosiasi merek terhadap keputusan pembelian minuman teh dalam kemasan “Frestea” di Kota Padang.

Jenis penelitian ini adalah kausatif, dimana penelitian ini menggambarkan dan menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Padang yang sudah dan yang akan mengkonsumsi minuman teh dalam kemasan “Frestea”. Sedangkan sampelnya diambil dengan menggunakan rumus *Slovin* dengan jumlah 205 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan berdasarkan *multiple stage sample*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan induktif melalui analisis logistik dengan menggunakan program SPSS versi 20.00.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kesadaran merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minuman teh dalam kemasan “Frestea” di Kota Padang dan 2) Asosiasi merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minuman teh dalam kemasan “Frestea” di Kota Padang.