

ABSTRAK

Hidayat Zulva, 2010/56494 : **Pengaruh *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, dan *Brand Association* Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Samsung di Kota Padang**

Pembimbing : **1. Dr. Susi Evanita, M.S**
2. Muthia Roza Linda, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, dan *Brand Association* terhadap keputusan pembelian ponsel Samsung di Kota Padang.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kota Padang yang membeli dan memiliki ponsel Samsung yang jumlahnya tidak diketahui. Sedangkan sampelnya diambil dengan menggunakan rumus Cochran dengan jumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dilakukan berdasarkan *Accidental Sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis induktif melalui analisis jalur dengan menggunakan program SPSS versi 17.00.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ponsel Samsung di Kota Padang, 2) *Perceived quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ponsel Samsung di Kota Padang, dan 3) *Brand Association* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ponsel Samsung di Kota Padang.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, *Brand Association*.