

## ABSTRAK

Judul : Hubungan *Brand Awareness* Dengan Keputusan Pembelian

*Smartphone* Merek OPPO Di Kota

Bukitinggi

Nama : Mardias Rao Ratih

Pembimbing : Yanladila Yeltas Putra, S.Psi., M.A

Persaingan yang semakin ketat antar produsen *smartphone* menyebabkan banyaknya merek *smartphone* yang beredar dipasaran. Sering dengan itu konsumen juga semakin selektif dalam memilih merek *smartphone* yang dapat memenuhi kebutuhannya. Sehingga, para produsen *smartphone* dituntut untuk menciptakan *brand awareness* yang tinggi pada produknya. Salah satu merek *smartphone* yang diminati saat adalah OPPO. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *brand awareness* dengan keputusan pembelian di kota Bukittinggi. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan teknik *sampling incidental*, dengan subjek penelitian berjumlah 80 orang. Pengujian hipotesis penelitian menggunakan teknik korelasi produk moment yang dianalisis dengan menggunakan aplikasi SPSS 16.1 for *Windows*.

Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *brand awareness* dengan keputusan pembelian pada penggunaan *smartphone* OPPO di bukittinggi. Terbukti dari hasil uji hipotesis didapatkan pada taraf signifikansi 0.031. Dapat diartikan bahwa ketika *brand awareness* meningkat maka keputusan pembelian akan meningkat pula, dan begitu juga sebaliknya ketika *brand awareness* menurun maka keputusan pembelian akan menurun.

**Kata kunci:** *Brand awareness*, keputusan pembelian.