

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand awareness*, *brand image*, harga, kualitas produk, terhadap keputusan pembelian mobil China merek Wuling Confero di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif.

Teknik pengambilan sampel ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 responden. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna mobil Wuling Confero di Surabaya yang melakukan service mobil Wuling Confero di dealer Wuling jl Tunjungan No 50, Genteng, Surabaya Jawa Timur. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *brand awarness* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan tingkat signifikan sebesar 0,47. *Brand image* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan tingkat signifikan sebesar 0,008. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan tingkat signifikan sebesar 0,41. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan tingkat signifikan sebesar 0,001. Berdasarkan koefisien determinasi parsial variabel kualitas produk memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian. Hal ini terjadi karena kualitas produk yang dimiliki Wuling Confero sangat baik, sehingga keputusan pembelian akan meningkat.

Kata Kunci : *Brand Awaraness*, *Brand Image*, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

This research aims to determine and examine the influence of brand awareness, brand image, price, product quality, to the decision of purchasing Chinese car with the brand Wuling Confero in Surabaya. The type of research that been used is quantitative research. This sampling technique using purposive sampling with the number of sample obtained as many as 100 respondents. The population used in the research is the user of Wuling Confero car in Surabaya who doing the Wuling Confero Service car at Wuling dealer jl Tunjungan No 50, ganteng, Surabaya East Java. Data analysis technique that used in this research is by multiple linier method. The result of this research indicates that the brand awarness variables significantly influence purchasing decisions. With a significant level of 0.47. Brand image has significant influence on the purchasing decision. With significant of 0.008. price has significant influence on the purchasing decision. With a significant level 0.41. product quality has significant influence on purchasing decision. With asignificant of 0.001. based on the coefficient of partial determination of product quality variables have the most dominant influence on purchasing decisions. This happens because the quality of product owned by Wuling Confero is very good, so the purchase decision will increase.

**Keywords:** Brand awareness, brand image, price, product quality, and purchase decision.

