

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *BRAND ASSOCIATION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK UREA PRILL DAUN BUAH DI DESA JATILUWIH

ABSTRAK

Keputusan pembelian adalah hal yang sangat penting dalam proses transaksi jual beli suatu produk atau jasa, baik bagi konsumen maupun penjual. Dalam pengambilan sebuah keputusan pembelian ada beberapa hal atau faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya *brand awareness*, *perceived quality* dan *brand association*. Demikian juga dalam pengambilan keputusan konsumen pupuk urea Prill Daun Buah di desa Jatiluwih. Pupuk urea Prill Daun Buah merupakan salah satu pupuk terbaik di Indonesia yang banyak diminati oleh masyarakat. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *brand awareness*, *perceived quality* dan *brand association* terhadap keputusan pembelian pupuk urea Prill Daun Buah di desa Jatiluwih.. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara, studi dokumentasi dan kuesioner. Kuesioner diberikan kepada 100 orang responden, untuk selanjutnya dianalisis menggunakan uji reabilitas, validitas, uji asumsi klasik, uji F, analisis korelasi berganda, uji determinasi dan uji T. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program *IBM SPSS Statistics Version 24*, hasil yang dapat diperoleh dari penelitian ini diantaranya, *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pupuk Urea Prill Daun Buah di Desa Jatiluwih. Hal ini berarti semakin baik *Brand awareness*, maka akan meningkatkan keputusan pembelian Pupuk Urea Prill Daun Buah di Desa Jatiluwih, Kedua, *perceived quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pupuk Urea Prill Daun Buah di Desa Jatiluwih. Hal ini berarti semakin meningkatnya *perceived quality*, maka akan meningkatkan keputusan pembelian Pupuk Urea Prill Daun Buah di Desa Jatiluwih. Ketiga, *brand association* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian Pupuk Urea Prill Daun Buah di Desa Jatiluwih. Hal ini berarti semakin meningkatnya *brand association*, maka akan meningkatkan keputusan pembelian Pupuk Urea Prill Daun Buah di Desa Jatiluwih.

Kata Kunci : *brand awareness*, *perceived quality*, *brand association*, keputusan pembelian