

ABSTRAK

Pengaruh Harga, *Brand Awareness*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Tuku Tangerang Selatan

Mahameru Lenteralega ¹⁾ Dr. Mohamad Zein Saleh, S.H., M.M. ²⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

²⁾ Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harga, *brand awareness*, kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Kopi Tuku Tangerang Selatan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kuantitatif, dengan pendekatan menggunakan kuesioner melalui *Google Form* yang diberikan kepada responden yang pernah melakukan pembelian Kopi Tuku Tangerang Selatan. Penelitian ini memiliki hasil bahwa harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, *brand awareness* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memberikan wawasan praktis bagi Kopi Tuku untuk mengoptimalkan kesadaran merek agar dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, *Brand Awareness*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian