

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET KUOTA DATA
INTERNET TELKOMSEL DI DESA GENDONGKULON KECAMATAN
BABAT KABUPATEN LAMONGAN**

Oleh :

YUROTUN NISA' (17042110)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian paket kuota data internet Telkomsel yang dilakukan di Desa Gendongkulon Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan 96 responden dengan teknik pengambilan sampel non probability sampling dengan memanfaatkan regresi, tekniknya diolah menggunakan program spss 25.0 untuk menganalisis beberapa hipotesis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan *brand awareness* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. terbukti bahwa nilai t_{hitung} variabel harga sebesar 4,225 dengan nilai Sig 0,000, nilai t_{hitung} kualitas produk sebesar 4,400 dengan nilai Sig 0,000 dan nilai t_{hitung} variabel *Brand Awareness* sebesar 4,167 dengan nilai Sig 0,000, pada uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $41,526 > 2,70$ dan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, kualitas produk dan *brand awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, *Brand Awareness*, keputusan pembelian, Gendongkulon, Desa.