

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF PACKAGING AND BRAND AWARENESS ON
PURCHASE DECISIONS
(Case in Consumers of Tora Cat Fragrant Sand Products)**

By:
MUHAMAD IRDAN TAOPIK
193402093

Under the guidance of:
H. Asep Budiman
R. Lucky Radi Rinandiyana

The purpose of this study was to determine and analyze the influence of packaging and brand awareness on purchasing decisions for consumers of Tora Cat scented sand products. The research method used was a survey method, the data obtained directly through a questionnaire to 65 respondents taken from consumers of Tora Cat fragrant sand products. Sampling used purposive sampling and the method of analysis used in this study was path analysis. Based on the research results, it is known that packaging and brand awareness have a positive and significant effect on purchasing decisions. Based on the results of the analysis it is known that packaging and brand awareness simultaneously and partially have a significant effect on purchasing decisions for Tora Cat fragrant sand products.

Keywords: Packaging, Brand Awareness, Purchase Decisions

ABSTRAK

PENGARUH KEMASAN DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Kasus Pada Konsumen Produk Pasir Wangi Tora Cat)

**Oleh:
MUHAMAD IRDAN TAOPIK
193402093**

**Dibawah Bimbingan:
H. Asep Budiman
R. Lucky Radi Rinandiyana**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemasan dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk pasir wangi Tora Cat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, data yang diperoleh langsung melalui kuesioner kepada 65 responden yang diambil dari konsumen produk pasir wangi Tora Cat. Penarikan sampel menggunakan *purposive sampling* dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kemasan dan kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa kemasan dan kesadaran merek secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pasir wangi Tora Cat.

Kata Kunci: Kemasan, Kesadaran Merek, Keputusan Pembelian