

Judul Penelitian : Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* terhadap Minat beli ulang pada Warmindo Kota Kediri

Dosen pembimbing : Dr. Miftahul Munir, SE, MM.

: Nuril Aulia Munawaroh, S.Sos., MM

Nama Mahasiswa : Venalia Prayogo

NPM : 18130210103

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh *brand awareness* dan *brand image* terhadap minat beli ulang pada warmindo kota kediri. Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini menggunakan uji statistik melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji F dengan alat bantu SPSS versi 16.0. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, wawancara dan observasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh, dengan jumlah responden 100 orang.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh peneliti dari persamaan regresi linier berganda $Y = -1.786 + 0,613X_1 + 0,795X_2$. Hasil dari analisis yang dilakukan, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dengan bukti bahwa $\text{Sig } t \ 0,000 < 0,05$, variabel *brand image* berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dengan bukti $\text{Sig } t \ 0,000 > 0,05$, variabel disiplin berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dengan bukti $\text{Sig } t \ 0,000 < 0,05$, dan hasil *brand awareness* dan *brand image* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang dengan bukti $\text{Sig } t \ 0,000 < 0,05$. Hasil analisis nilai $R^2 = 0,949$ atau 94,9%.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, *Brand Image*, Minat Beli Ulang