

**Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust dan Harga  
Terhadap Keputusan Pembelian Pelumas SHELL HELIX di Kota  
Semarang**

**TIO MAULANA**

(Pembimbing : DR Yohan Wismantoro, SE, MM)  
*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*  
*www.dinus.ac.id*  
*Email : 211201202601@mhs.dinus.ac.id*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust dan Harga terhadap Keputusan pembelian pelumas SHELL HELIX di Semarang. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis regresi linier berganda pada 100 responden yang melakukan pembelian pada pelumas SHELL HELIX di Semarang. Analisis data pada penelitian ini menggunakan SPSS.

Teknik pengujian yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan uji validitas dengan korelasi antar skor uji reliabilitas dengan cronbach alpha. Kemudian uji asumsi klasik serta analisis regresi linier berganda, untuk menguji dan untuk membuktikan hipotesis penelitian. Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel independen yakni Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust dan Harga berpengaruh positive dan signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian pelumas SHELL HELIX semarang

Kata Kunci : Kesadaran merek, Citra merek, Kepercayaan merek, Harga dan Keputusan pembelian

## **The Effect of Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust and Price on Purchasing Decision of SHELL HELIX in Semarang City**

**TIO MAULANA**

(Lecturer : DR Yohan Wismantoro, SE, MM)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &  
Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202601@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

This study aims to examine and analyze the effect of Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust and Price on purchasing decision of SHELL HELIX oils in Semarang. Methods of data collection using questionnaires and multiple linear regression analysis technique on 100 respondents who make purchases on SHELL HELIX oils in Semarang. Analysis of data in this study using SPSS.

The technique of tests performed in this study using validity test of the correlation among the score of realibility test with Cronbach alpha. Then classical assumption test and multiple linear regression analysis, to test and prove hypothesis of the study. The Results of the study conducted showed that the independent variables such as Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust and Price have positive and significant effect on dependent variable purchasing decisions of SHELL HELIX oils in Semarang.

**Keyword** : Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust, Price and Purchasing decision