

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *brand awareness* pada produk private label distro Public Work. Banyaknya merek-merek kaos distro membuat persaingan menjadi ketat. Sebuah perusahaan perlu menciptakan produk yang menarik bagi konsumen, dengan begitu konsumen akan memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah ketidak tahuan konsumen terhadap produk sehingga menurunnya penjualan produk Public Work. Variabel independent pada penelitian ini terdiri dari Persepsi Kualitas (X1), Ketersediaan Produk (X2), *Product Knowledge* (X3) serta variabel dependennya adalah *Brand Awareness* (Y).

Sampel berjumlah 100 responden yang diambil dengan menggunakan teknik *Purposive sampling*. Analisa menggunakan SPSS 16.0 yang meliputi, uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji F dan uji t,serta analisis koefisien determinasi (R^2). Dari analisis tersebut diperoleh persamaan regresi :

$$Y = 0,460 X_1 + 0,126 X_2 + 0,490 X_3$$

Product Knowledge menunjukkan koefisien regresi paling besar. *Product Knowledge* adalah faktor paling penting yang mempengaruhi *brand awareness* pada produk Public Work. Faktor penting kedua adalah Persepsi Kualitas dan Ketersediaan Produk sebagai faktor ketiga yang berpengaruh terhadap *brand awareness* pada produk Public Work. Koefisien determinasinya (*adjusted R²*) sebesar 0,726 atau 72,6 persen artinya model koefisien determinasi sudah cukup bagus. Ketiga variabel independen dalam penelitian ini dapat menjelaskan 72,6 persen dari variabel *brand awareness*. Sedangkan sisanya sebesar 27,4 persen dijelaskan oleh variabel lain di luar ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Persepsi Kualitas, Keersediaan Produk, *Produc Knowledge*, *Brand Awareness*