

## ABSTRAK

Pasar bebas ASEAN Free Trade Area (AFTA) yang telah berlaku sejak tahun 2015, membuat Indonesia harus bersiap dengan hal itu membuat Indonesia harus mempersiapkan kualitas masyarakatnya. Kualitas masyarakat bergantung pada Pendidikan baik itu Pendidikan formal maupun non formal. Saat ini jumlah masyarakat yang melanjutkan Pendidikan ke Perguruan tinggi hanya sebesar 8,76%. Saat ini rasio mahasiswa putus kuliah adalah sebesar 2,539%, serta rasio mahasiswa per dosen adalah 1:28. Pada saat pandemic seperti saat banyak mahasiswa yang mengeluhkan mengenai kuliah *online*. Untuk itu adanya pendidikan nonformal menjadi salah satu pendukung Pendidikan formal, agar dapat lebih meningkatkan kualitas Pendidikan. Salah satu Pendidikan nonformal yang ada untuk mahasiswa yaitu bimbingan belajar, salah satunya *Expert Course*. Namun *Expert Course* selalu mengalami penurunan penjualan pada 3 tahun terakhir, faktor yang diindikasikan berpengaruh adalah *brand awareness*.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *brand awareness* terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, metode pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*, dengan menyebarkan kuesioner kepada 96 responden pada mahasiswa yang pernah mengikuti bimbingan belajar di *Expert Course*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian, hasil persentase pada variable *Brand Awareness* adalah sebesar 66,4% yang berada pada kategori baik. Sedangkan untuk variable keputusan pembelian adalah sebesar 65,36% yang berada pada kategori baik. *Brand Awareness* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sebanyak 24,6%, sedangkan sisanya yaitu sebanyak 75,4% adalah faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian namun tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, dan Keputusan Pembelian,