

PENGARUH KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK *SUNSCREEN* KAHF DI KOTA SINGARAJA

Oleh

I Wayan Krisna Dewantara, NIM 2117041254

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kesadaran merek dan citra merek secara parsial dan simultan terhadap minat beli produk *sunscreen* Kahf di Kota Singaraja. Rancangan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 120 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner serta teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Adapun hasil dalam penelitian ini adalah: (1) kesadaran merek berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli; (2) citra merek berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli; (3) kesadaran merek dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk *sunscreen* Kahf di Kota Singaraja.

Kata-kata kunci: citra merek, kesadaran merek, minat beli

PENGARUH KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PRODUK *SUNSCREEN* KAHF DI KOTA SINGARAJA

By

I Wayan Krisna Dewantara, NIM 2117041254

Management Department

ABSTRACT

This study aims to examine the partial and simultaneous effects of brand awareness and brand image on the purchase intention of Kahf sunscreen products in Singaraja City. The research design used in this study is quantitative causal. The sample selection in this study used purposive sampling. The number of samples used was 120 respondents. The instrument used in data collection was a questionnaire, and the data analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results of this study are as follows: (1) brand awareness has a significant positive effect on purchase intention; (2) brand image has a significant positive effect on purchase intention; (3) brand awareness and brand image together have a significant positive effect on purchase intention for Kahf sunscreen products in Singaraja City.

Keywords: brand image, brand awareness, purchase intention

