

**PENGARUH CITRA MEREK, DAN KESADARAN MEREK TERHADAP
MINAT BELI LOGAM MULIA GALERI 24 PADA PT PEGADAIAN
GALERI 24 CABANG SINGARAJA**

Oleh

Ketut Sulistiawati, NIM 2117041106

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh citra merek dan kesadaran merek baik secara simultan maupun parsial terhadap minat beli Logam Mulia Galeri 24 pada PT Pegadaian Galeri 24 Cabang Singaraja. Rancangan penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif kausal. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan adalah 110 responden, pengumpulan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) citra merek dan kesadaran merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli Logam Mulia Galeri 24 pada PT Pegadaian Galeri 24 Cabang Singaraja, (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Logam Mulia Galeri 24 pada PT Pegadaian Galeri 24 Cabang Singaraja, (3) kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Logam Mulia Galeri 24 pada PT Pegadaian Galeri 24 Cabang Singaraja.

Kunci : citra merek, kesadaran merek, minat beli

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, AND BRAND AWARENESS ON
BUYING INTEREST IN PRECIOUS METAL GALLERY 24 AT PT
PEGADAIAN GALLERY 24 SINGARAJA BRANCH***

By

Ketut Sulistiawati, NIM 2117041106

Management Department

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of brand image and brand awareness both simultaneously and partially on buying interest in Precious Metal Gallery 24 at PT Pegadaian Gallery 24 Singaraja Branch. This research design uses causal quantitative research. The data collection method used is a questionnaire. The number of samples used was 110 respondents, the sample collection used was purposive sampling technique. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study are: (1) brand image and brand awareness have a significant effect on buying interest in Precious Metal Gallery 24 at PT Pegadaian Gallery 24 Singaraja Branch, (2) brand image has a positive and significant effect on buying interest in Precious Metal Gallery 24 at PT Pegadaian Gallery 24 Singaraja Branch, (3) brand awareness has a positive and significant effect on buying interest in Precious Metal Gallery 24 at PT Pegadaian Gallery 24 Singaraja Branch.

Keywords: brand image, brand awareness, purchase intention