

ABSTRAK**PENGARUH KESADARAN MERK, PROMOSI DAN PENGETAHUAN
PRODUK TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN ICONNET DI BANDAR
LAMPUNG****Oleh****Ade Ikah Mamlikah HA****2312119020P****E-mail : adeikahmha@gmail.com**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek, promosi dan pengetahuan produk terhadap minat menggunakan ICONNET di Bandar Lampung. Populasi penelitian ini adalah masyarakat pengguna internet di Bandar Lampung. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuesioner secara online. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa kesadaran merek tidak berpengaruh terhadap minat beli atau minat menggunakan ICONNET di Bandar Lampung, sedangkan promosi dan pengetahuan produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli atau minat menggunakan ICONNET di Bandar Lampung.

Kata Kunci: Kesadaran Merek, Promosi, Pengetahuan Produk dan Minat Beli