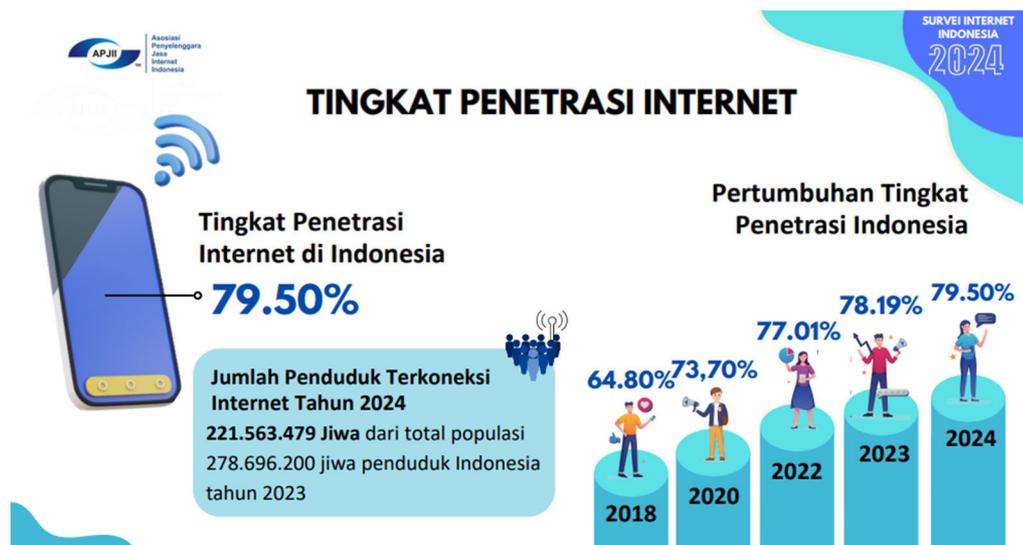


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

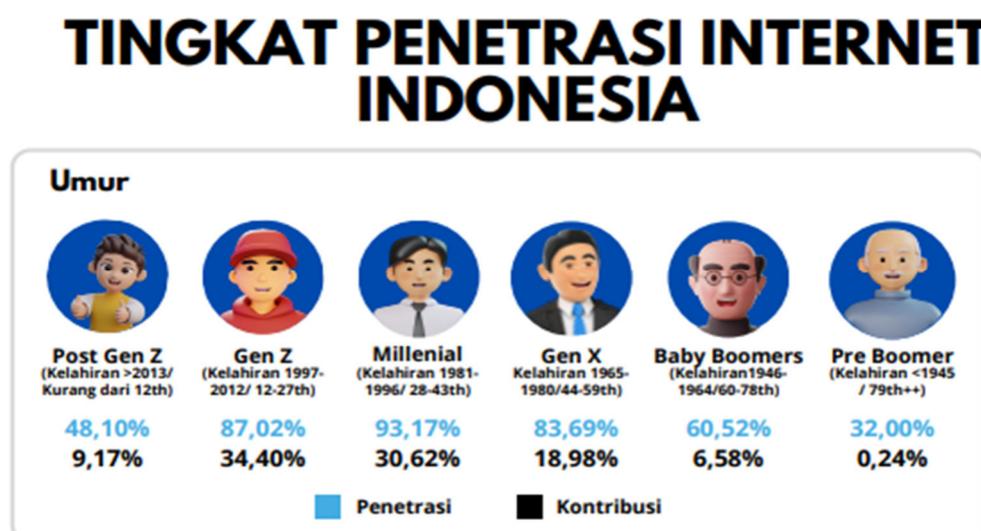
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam akses terhadap layanan internet. Di Indonesia, kebutuhan akan internet terus meningkat, terutama dengan adanya transformasi digital yang mendorong penggunaan platform daring dalam kehidupan sehari-hari. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang merupakan organisasi yang terbuka bagi seluruh penyedia jasa internet di Indonesia baik yang bergerak di bidang telekomunikasi maupun perusahaan-perusahaan internet, telah melaksanakan survey selama periode 18 Desember 2023 s.d 19 Januari 2024 terhadap 8.720 responden yang tersebar di 38 Provinsi di Indonesia, dengan hasil survey yang menyatakan bahwa pada tahun 2024 tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 79.50% atau sebanyak 221.563.479 Jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Dari tahun 2018 hingga tahun 2024 setiap tahunnya tingkat penetrasi internet mengalami peningkatan rata-rata 3,67% dari jumlah penduduk, yang dapat dilihat melalui gambar 1.1 tingkat penetrasi internet.



Sumber : <https://survei.apjii.or.id/>, 2024

Gambar 1. 1 Tingkat Penetrasi Internet Tahun 2024

Dalam survey tersebut juga dijelaskan berdasarkan usia atau generasi, didapatkan kelompok generasi milenial yang lahir antara tahun 1981 dan 1996 menyumbang pengguna internet tertinggi, mencapai sekitar 93,17%, dengan kontribusi 30,62% dari total pengguna internet di Indonesia. Diikuti oleh Gen Z dengan persentase sekitar 87,02%, yang menyumbang 34,40%. Selanjutnya, pada urutan ketiga terdapat kelompok generasi X yang lahir antara tahun 1965 dan 1980, dengan penetrasi sebesar 83,69% dan kontribusi sebesar 18,98%. Generasi baby boomers, yang lahir antara 1946-1946, menyumbang penetrasi sebesar 60,52% dengan kontribusi 6,58%. Generasi yang lebih tua, yaitu pre-boomer yang lahir sebelum 1945, menyumbang penetrasi sebesar 32% dengan kontribusi 0,24% dari total pengguna internet di Indonesia. Selain itu, terdapat generasi yang lebih baru, yaitu post Gen Z yang lahir setelah 2023, dengan penetrasi 48% dan kontribusi 9,17%, sebagaimana ditunjukkan dalam Gambar 1.2 Penetrasi internet dua tingkat tahun 2024 berdasarkan kelompok usia.

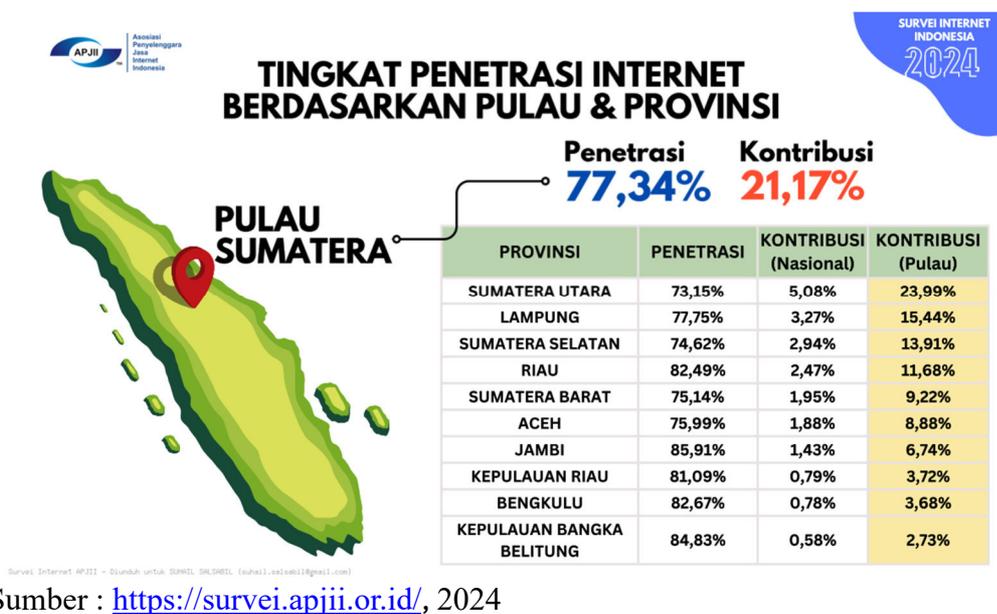


Sumber : <https://survei.apjii.or.id/>, 2024

Gambar 1. 2 Tingkat Penetrasi Internet Tahun 2024 Berdasarkan Usia

Sebagai ibu kota Provinsi Lampung, Bandar Lampung memiliki posisi strategis sebagai pusat ekonomi, pendidikan, dan teknologi. Dengan populasi yang terus bertumbuh dan tingkat urbanisasi yang tinggi, kebutuhan masyarakat akan layanan internet yang andal semakin meningkat. Provinsi Lampung merupakan provinsi

kedua dengan tingkat penetrasi internet tertinggi kedua di pulau Sumatera, dengan nilai kontribusi nasional sebanyak 3,27% dari jumlah penduduk. Kondisi ini menjadikan Bandar Lampung sebagai salah satu kota dengan potensi pasar yang besar untuk penyedia layanan internet, yang dapat dilihat melalui Gambar 1.3 Tingkat Penetrasi Internet Tahun 2024 Pulau Sumatera.



Gambar 1. 3 Tingkat Penetrasi Internet Tahun 2024 Pulau Sumatera

Dalam memilih provider yang menyediakan layanan internet, salah satu faktor yang mempengaruhi adalah merek produk itu sendiri. Salah satu provider penyedia layanan internet yang saat ini mulai dikenal oleh masyarakat adalah ICONNET milik PT. Indonesia Comnet Plus (PT PLN Icon Plus). PT PLN Icon Plus merupakan salah satu anak perusahaan dari PT. PLN (Persero) yang bergerak di bidang pelayanan Internet Service Provider (ISP). Diluncurkan pada tahun 2018 dengan nama **Stroomnet** yang kemudian rebranding menjadi **ICONNET** pada Mei 2021, ICONNET hadir sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia akan layanan internet yang cepat, stabil, dan terjangkau. Dengan memanfaatkan infrastruktur jaringan fiber optik PLN yang telah tersebar luas di seluruh Indonesia, ICONNET menawarkan layanan internet rumah (home

broadband) dan bisnis dengan kecepatan tinggi hingga 100 Mbps atau lebih, tergantung pada paket yang dipilih. Salah satu kelebihan ICONNET terletak pada kemampuan menjangkau wilayah yang sulit diakses oleh penyedia layanan internet lain, berkat sinergi dengan infrastruktur PLN yang mencakup hingga daerah pelosok. Selain itu, ICONNET menawarkan layanan pelanggan yang andal dengan dukungan layanan 24 jam/7 hari. Layanan yang diberikan berupa penyediaan jaringan, jasa, serta content telekomunikasi, yang mana khusus untuk mendukung teknologi dan sistem informasi pada sektor rumahan atau retail maupun sektor publik atau corporate. Pada sektor retail atau rumahan, layanan yang diberikan berupa Wifi yang berbasis teknologi fiber optik bernama ICONNET.

Dengan pesatnya perkembangan teknologi yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan yang semakin bergantung pada Internet, ICONNET hadir dengan kualitas dan kecepatan yang terus bertambah menjadi kebutuhan baik di rumah, kantor, dan banyak tempat lainnya. ICONNET mengusung keunggulan-keunggulan Andal (*Reliable*) artinya ICONNET memiliki kecepatan internet yang tinggi dan stabil karena menggunakan jaringan Fiber, Terjangkau (*Affordable*) artinya Koneksi ICONNET sangat stabil karena menggunakan jaringan fiber optic yang terancang dan Tanpa Batas Kuota (*Unlimited*) artinya ICONNET saat ini mempunyai *coverage area* yang paling luas jangkauannya.

ICONNET menyediakan berbagai paket yang dapat sesuai dengan layanan kebutuhan internet dan multimedia. Berikut pilihan paket internet ICONNET untuk wilayah Sumatera dan Kalimantan dengan pilihan paket ICONNET 20 yang terdiri dari kabel optik sampai dengan rumah, kecepatan sampai dengan 20 Mbps, unduh/unggah dan kuota tidak terbatas dengan harga Rp. 259.000,-/bulan (belum termasuk PPN), ICONNET 35 yang terdiri dari Kabel optik sampai dengan rumah, kecepatan sampai dengan 35 Mbps, unduh/unggah dan kuota tidak terbatas dengan harga Rp. 269.000,-/bulan (belum termasuk PPN), ICONNET 50 yang terdiri dari Kabel optik sampai dengan rumah, kecepatan sampai dengan 50 Mbps, unduh/unggah dan kuota tidak terbatas dengan harga Rp. 319.000,-/bulan (belum

termasuk PPN) dan ICONNET 100 yang terdiri dari kabel optik sampai dengan rumah, kecepatan sampai dengan 100 Mbps, unduh/unggah dan kuota tidak terbatas dengan harga Rp. 499.000,-/bulan (belum termasuk PPN).



Sumber : <https://iconnet.id/>, 2024

Gambar 1. 4 Pilihan Paket ICONNET

ICONNET juga memberikan harga khusus bagi pelanggan yang memilih paket internet melalui program Paket Hebat, Hemat Banget dengan berbagai pilihan paket berikut :

1. Paket Hebat 12 : Gratis pemakaian 3 bulan dan hanya membayar 9 bulan
2. Paket Hebat 24 : Gratis pemakaian 4 bulan dan hanya membayar 20 bulan
3. Paket Hebat 12 dan 24 ini gratis biaya instalasi yang seharusnya sebesar Rp. 250.000.-.



Sumber : <https://iconnet.id/>, 2024

Gambar 1. 5 Pilihan PAKET HEBAT ICONNET

Dengan label sebagai salah satu anak perusahaan PT. PLN (Persero), tidak serta merta menjadikan PT PLN Icon Plus sebagai pilihan utama masyarakat dalam memberikan layanan internet. Hal tersebut salah satunya dipengaruhi dengan

adanya beberapa perusahaan provider lain sebagai pesaing yang juga bergerak dalam bidang pelayanan internet, seperti My Republic, MNC Media, Biznet, dan IndiHome milik PT. Telkom Indonesia.

Kompetisi bisnis di Indonesia semakin ketat di sektor layanan internet *fixed broadband*. Hal ini didukung oleh pertumbuhan yang signifikan dan ekspansi jaringan yang signifikan dari beberapa penyedia. Sebagaimana ditunjukkan oleh survei APJII tahun 2023, berikut ini tabel 1.1 Data Pengguna Internet Broadband Tahun 2023.

Tabel 1. 1 Data Pengguna Internet Broadband Tahun 2023

No	Provider	Pelanggan
1	IndiHome	8.080.000
2	First Media	475.000
3	My Republic	435.000
4	ICONNET	398.000
5	Vision	368.000
6	Biznet	349.000
7	CBN	227.000
8	XL Home	222.000

Sumber : <https://survei.apjii.or.id/>, 2024

Berdasarkan tabel 1.1 Data Pengguna Internet Broadband Tahun 2023, IndiHome mendominasi pasar layanan *fixed broadband* di Indonesia dengan jumlah pelanggan sekitar 8.080.000 pelanggan, mengikuti First Media sekitar 475.000 pelanggan, My Republic sekitar 435.000 pelanggan, sedangkan ICONNET sekitar 398.000 pelanggan.

Artikel di situs www.opensignal.com yang berjudul Pengalaman Fixed Broadband (Juli 2024) menyajikan data yang dikumpulkan oleh OpenSignal, penyedia wawasan independen global terkemuka mengenai pengalaman konektivitas konsumen dan pilihan operator internet di 10 kota di Indonesia: Depok, Jakarta, Kota Bandung, Kota Bekasi, Kota Malang, Kota Tangerang, Medan, Semarang, Surabaya, dan Tangerang Selatan. Penelitian ini melibatkan 11 penyedia layanan internet utama yang beroperasi di seluruh kota di Indonesia, yaitu Biznet, CBN,

First Media, Icon Plus, IndiHome (Telkomsel), Indosat HiFi, MNC Play, MyRepublic, Orbit (Telkomsel), Oxygen.id, dan XL. Periode analisis mencakup kinerja selama 90 hari yang dimulai pada 6 Maret 2024, untuk mengevaluasi kinerja penyedia layanan internet di Indonesia. OpenSignal mengidentifikasi tiga temuan utama: Biznet unggul dalam Kecepatan Unduh, baik secara individu maupun kolektif di seluruh kota di Indonesia; Biznet menjadi pemenang tunggal dalam Kecepatan Unggah di lima kota; dan First Media berbagi podium pemenang untuk Pengalaman Video di semua kota yang dianalisis di Indonesia.

Masih menurut OpenSignal, Pelaku ISP utama di Indonesia adalah Telkomsel, yang menguasai tiga perempat dari pasar Telkomsel menawarkan layanan xDSL dan fiber, serta layanan FWA melalui anak perusahaannya, Telkomsel Mobile. Telkomsel menyediakan layanan fiber dengan merek IndiHome, yang telah menjangkau 38 juta rumah di seluruh Indonesia. Sementara itu, Telkomsel menawarkan layanan FWA dengan merek Orbit. Penyedia layanan fiber Icon Plus merupakan pemain kedua di pasar, menguasai 7% dari koneksi broadband tetap di Indonesia. Sebagian besar penyedia ISP dalam laporan kami menawarkan layanan fiber yaitu Biznet, Indosat HiFi, Orbit, dan XL juga menawarkan layanan FWA, sementara First Media adalah satu-satunya ISP besar di negara ini yang menawarkan layanan kabel.

Pengalaman Fixed Broadband Kota

JULI 2024, LAPORAN INDONESIA

City	Kecepatan Unduhan	Kecepatan Unggah	Pengalaman Video
Depok	PEMENANG BERSAMA Biznet First Media	PEMENANG Biznet	PEMENANG BERSAMA Biznet CBN First Media Icon Plus MNC Play XL
Jakarta	PEMENANG Biznet	PEMENANG Biznet	PEMENANG BERSAMA CBN First Media
Kota Bandung	PEMENANG BERSAMA Biznet First Media	PEMENANG Biznet	PEMENANG BERSAMA First Media Oxygen.id
Kota Bekasi	PEMENANG Biznet	PEMENANG Biznet	PEMENANG BERSAMA Biznet CBN First Media Icon Plus MNC Play XL
Kota Malang	PEMENANG BERSAMA Biznet First Media	PEMENANG BERSAMA Biznet First Media MyRepublic	PEMENANG BERSAMA Biznet First Media Icon Plus MNC Play MyRepublic
Kota Tangerang	PEMENANG BERSAMA Biznet Oxygen.id	PEMENANG Biznet	PEMENANG BERSAMA Biznet First Media Icon Plus MyRepublic Oxygen.id
Medan	PEMENANG BERSAMA Biznet First Media	PEMENANG BERSAMA Biznet First Media	PEMENANG BERSAMA Biznet CBN First Media MNC Play Oxygen.id XL
Semarang	PEMENANG BERSAMA Biznet First Media	PEMENANG BERSAMA First Media MyRepublic	PEMENANG BERSAMA Biznet CBN First Media Icon Plus MNC Play MyRepublic
Surabaya	PEMENANG BERSAMA Biznet First Media	PEMENANG BERSAMA Biznet MyRepublic	PEMENANG BERSAMA First Media Icon Plus MyRepublic
Tangerang Selatan	PEMENANG BERSAMA Biznet MyRepublic	PEMENANG BERSAMA Biznet MyRepublic	PEMENANG BERSAMA Biznet CBN First Media MyRepublic Oxygen.id XL

Pengalaman Fixed Broadband | Juli 2024 | © Opensignal Limited

Sumber : <https://www.opensignal.com/in/reports/2024/07/indonesia/fixed-broadband-experience>, 2024

Gambar 1. 6 Pengalaman Fixed Broadband Kota

Berdasarkan uraian diatas, ICONNET saat ini masih belum menjadi pilihan utama konsumen layanan internet *fixed broadband*. Di era digital saat ini, kebutuhan akan layanan internet yang cepat, stabil, dan terjangkau semakin meningkat, khususnya

di daerah perkotaan seperti Bandar Lampung. PT PLN Icon Plus Perumnas Way Halim Kec. Way Halim Kota Bandar Lampung, menjadi unit PT PLN Icon Plus yang beralamat di Jl. Gn. Rajabasa Raya No. 16, menjadi unit PT PLN Icon Plus di seluruh Provinsi Lampung.

Tabel 1. 2 Pelanggan ICONNET di Provinsi Lampung sd Oktober 2024

No	Kabupaten/Kota	Pelanggan
1	Kab. Tanggamus	2.817
2	Kab. Lampung Tengah	2.806
3	Kota Bandar Lampung	2.546
4	Kab. Pringsewu`	2.468
5	Kab. Lampung Selatan	2.450
6	Kab. Pesawaran	2.159
7	Kota Metro	1.330
8	Kab. Lampung Timur	730
9	Kab. Mesuji	245
10	Kab. Lampung Barat	195
11	Kab. Lampung Utara	129
12	Kab. Tulang Bawang	125
TOTAL		18.000

Sumber : Data PT PLN Icon Plus, 2024

Berdasarkan tabel 1.2, jumlah pelanggan ICONNET sampai dengan 31 Oktober 2024 sebanyak 18.000 pelanggan yang tersebar di Provinsi Lampung dengan urutan pelanggan terbanyak berdasarkan Kabupaten/Kota yaitu Kabupaten Tanggamus sebanyak 2.817 pelanggan, Kabupaten Lampung Tengah sebanyak 2.806 pelanggan, Kota Bandar Lampung sebanyak 2.546 pelanggan, Kabupaten Pringsewu sebanyak 2.468 pelanggan dan Kabupaten Lampung Selatan sebanyak 2.450 pelanggan.

PT PLN Icon Plus Kantor Unit Layanan Lampung terus bertransformasi dan berinovasi dalam pemasaran produk ICONNET, salah satu langkah yang saat ini

ditempuh adalah dengan melakukan sinergi pemasaran bersama dengan PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Lampung. Melalui sinergi ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan ICONNET dengan ikut serta di berbagai event yang diadakan oleh PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Lampung dan juga berkolaborasi dalam menggali potensi pelanggan dengan rutin melaksanakan kegiatan pemasaran bersama.

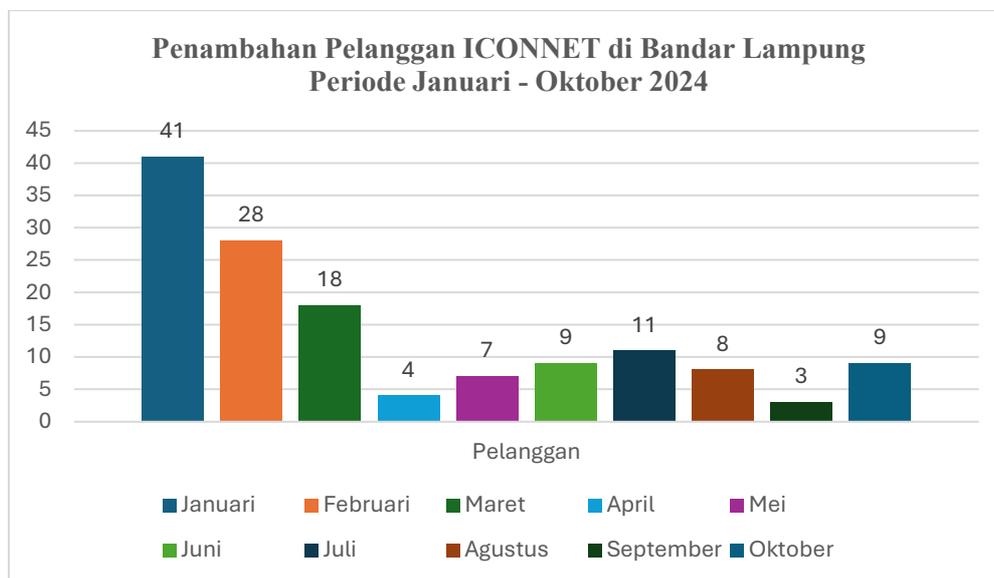
Selain itu, ICONNET telah melakukan berbagai bentuk promosi, baik secara daring melalui media sosial, aplikasi PLN Mobile, dan kampanye digital, maupun secara luring melalui kegiatan door to door, pemasangan spanduk di lingkungan perumahan, serta partisipasi dalam acara komunitas. Selain itu, ICONNET juga menawarkan promo harga seperti diskon biaya instalasi, program referral pelanggan, dan promo khusus pada momen tertentu seperti Hari Listrik Nasional atau Ramadhan. Namun, meskipun strategi promosi ini telah dijalankan secara luas, efektivitasnya dalam membangun minat dan kesadaran masyarakat terhadap ICONNET masih perlu diteliti lebih lanjut.

Tabel 1. 3 Penambahan Pelanggan ICONNET Periode Januari sd Oktober 2024

No	Kabupaten/Kota	Pelanggan
1	Kab. Lampung Tengah	398
2	Kab. Pringsewu	198
3	Kab. Pesawaran	192
4	Kab. Lampung Timur	178
5	Kab. Tanggamus	172
6	Kab. Lampung Selatan	168
7	Kota Bandar Lampung	138
8	Kota Metro	121
9	Kab. Mesuji	61
10	Kab. Tulang Bawang	18
11	Kab. Lampung Utara	10
12	Kab. Lampung Barat	3
Total		1.657

Sumber : Data PT PLN Icon Plus, 2024

Berdasarkan tabel 1.3, penambahan jumlah pelanggan ICONNET Periode Januari sampai dengan Oktober 2024 penambahan terbanyak di Kabupaten Lampung Tengah sebanyak 398 pelanggan, penambahan paling sedikit di Kabupaten Lampung Barat sebanyak 3 pelanggan dan Kota Bandar Lampung berada di urutan Ke-7 sebanyak 138 pelanggan. Hal ini membuktikan, pertumbuhan pelanggan ICONNET di Bandar Lampung masih kalah jauh jika dibandingkan dengan Kota/Kabupaten lainnya.



Sumber : Data Icon Plus 2024

Gambar 1. 7 Penambahan Pelanggan ICONNET di Bandar Lampung

Berdasarkan Gambar 1.7, penambahan jumlah pelanggan ICONNET di Bandar Lampung tertinggi pada bulan Januari 2024 sebanyak 41 pelanggan, namun semakin turun dan pada Oktober 2024 hanya sebanyak 9 pelanggan. Hal ini semakin menjadi tantangan besar bagi PT PLN Icon Plus Kantor Unit Layanan Lampung untuk terus mengupayakan peningkatan penambahan jumlah pelanggan ICONNET khususnya di Bandar Lampung.

Sebelum melaksanakan penelitian lebih lanjut, peneliti telah melakukan pra-survei terhadap 30 responden yang merupakan pengguna layanan internet rumah di Kota

Bandar Lampung. Tujuan dari pra-survei ini adalah untuk memperoleh gambaran awal terkait minat masyarakat pengguna internet di Bandar Lampung terhadap ICONNET, serta alasan utama yang memengaruhi keputusan mereka. Dalam pra-survei ini, responden diminta menjawab satu pertanyaan utama, yaitu apakah mereka berminat menggunakan layanan ICONNET, dan memilih satu alasan yang paling mendasari keputusan tersebut. Hasilnya menunjukkan bahwa sebanyak 24 dari 30 responden (80%) menyatakan berminat untuk menggunakan ICONNET. Dari kelompok tersebut, alasan terbanyak adalah karena harga layanan ICONNET yang lebih terjangkau (16 responden), serta karena ICONNET merupakan produk dari PLN yang sudah dipercaya masyarakat (8 responden). Sementara itu, 6 responden (20%) menyatakan tidak berminat, dengan alasan dominan karena belum mengetahui informasi mengenai ICONNET secara jelas (4 responden), serta sudah merasa puas dengan provider internet yang saat ini digunakan (2 responden).

Hasil pra-survei ini memberikan indikasi awal bahwa meskipun mayoritas masyarakat menunjukkan minat untuk menggunakan ICONNET, terdapat beberapa faktor penting, misalnya alasan “ICONNET berasal dari PLN” mencerminkan adanya kesadaran merek dan kepercayaan terhadap identitas perusahaan. Sementara itu, alasan “harga lebih terjangkau” menunjukkan adanya persepsi nilai yang bisa dipengaruhi oleh promosi yang tepat sasaran. Adapun kurangnya informasi dari responden yang tidak berminat mengarah pada lemahnya pengetahuan produk. Temuan ini menjadi landasan yang memperkuat urgensi dilakukannya penelitian mengenai **“Pengaruh Kesadaran Merek, Promosi, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan ICONNET di Bandar Lampung”**. Penelitian ini juga diharapkan memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan dalam meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak pelanggan

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi dan konteks permasalahan yang telah dijelaskan di atas, diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kesadaran merek memengaruhi minat penggunaan ICONNET di Bandar Lampung?
2. Apakah promosi memengaruhi minat penggunaan ICONNET di Bandar Lampung?
3. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat penggunaan ICONNET di Bandar Lampung?
4. Apakah kesadaran merek, promosi, dan pengetahuan produk memengaruhi minat penggunaan ICONNET di Bandar Lampung?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah pengguna layanan internet di Bandar Lampung

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah minat menggunakan layanan ICONNET.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Penelitian dilakukan di Bandar Lampung, Provinsi Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Ruang Lingkup Waktu penelitian ini adalah bulan Oktober 2024 sampai dengan Desember 2024.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup pengetahuan pada penelitian ini adalah Manajemen Pemasaran yang meliputi teori kesadaran merek, promosi, pengetahuan produk dan minat beli.

1.4 Tujuan Penelitian

Menurut rumusan masalah, peneliti menetapkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Menganalisis dampak kesadaran merek terhadap minat penggunaan ICONNET di Bandar Lampung.
2. Menganalisis dampak promosi terhadap minat penggunaan ICONNET di Bandar Lampung.
3. Menganalisis dampak pengetahuan produk terhadap minat penggunaan ICONNET di Bandar Lampung.
4. Menganalisis dampak kesadaran produk, promosi, dan pengetahuan produk terhadap minat penggunaan ICONNET di Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi PT PLN Icon Plus Kantor Unit Layanan Lampung

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan implikasi bagi para pengelola di perusahaan yang nantinya akan dijadikan pertimbangan penggunaan ICONNET.

1.5.2 Bagi Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan bahan kajian yang dijadikan referensi bagi pembaca and peneliti lain yang melakukan.

1.5.3 Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk mengimplementasikan ilmu dan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan terutama di bidang manajemen khususnya mengenai kesadaran merek, promosi, pengetahuan produk dan minat beli.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab ini membahas tentang Latar Belakang, Ruang Lingkup, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan Kesadaran Merek, Promosi, Pengetahuan Produk, dan Minat Pembelian, serta kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini menguraikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian, populasi dan sampel, sumber data, variabel penelitian, operasional variabel, teknik analisis data, uji persyaratan metode analisis data, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti dengan berpedoman pada teori dan metode yang dikemukakan pada Bab II dan III.

BAB V Simpulan dan Saran

Berisi simpulan dan saran yang dapat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

Daftar Pustaka**Lampiran**