

## ABSTRAK

### **PENGARUH *BRAND AWARENESS* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA SMARTPHONE REALME V5)**

Oleh

**Adjie Pangestu**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness* berpengaruh terhadap *Purchase Intention* dengan *Brand Image* sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Smartphone Realme V5). Jenis penelitian ini yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif kausal yaitu menggunakan pendekatan *Partial Least Square (PLS)*. Populasi penelitian ini adalah pengguna Realme di Indonesia, penentuan sample pada penelitian ini tergantung pada jumlah indikator sehingga penelitian ini diketahui jumlah populasi yang di dapatkan sebanyak 120 responden. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa pengaruh antara *Brand Awareness* terhadap *Purchase Intention* pada pengguna Smartphone (Studi Kasus Pada Smartphone Realme V5). *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* pada pengguna Smartphone Realme (Studi Kasus Pada Smartphone Realme V5). *Brand Awareness* terhadap *Brand Image* pada pengguna Realme (Studi Kasus Pada Realme V5). *Brand Awareness*, *Purchase Intention* berpengaruh dengan *Brand Image* sebagai variabel intervening pada pengguna Realme (Studi Kasus Pada Realme V5).

Kata Kunci : *Brand Awareness*, *Brand Image* dan *Purchase Intention*.