

## ABSTRAK

### PENGARUH NILAI IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA DENGAN KESADARAN MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Oleh :

**HERLINA**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Nilai Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia Dengan Kesadaran Merek Sebagai *Variabel Intervening*. jenis penelitian ini yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif kausal yaitu menggunakan pendekatan *Partial Least Square (PLS)*, sebagai alat analisisnya menggunakan SmartPLS3. Populasi penelitian ini adalah pengguna Tokopedia 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 Nilai Iklan terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. Kesadaran Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. Kesadaran Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia. Nilai Iklan , Keputusan Pembelian berpengaruh dengan Kesadaran Merek sebagai Variabel Intervening di Tokopedia

**Kata kunci : Nilai Iklan, Keputusan Pembelian, Kesadaran Merek.**

**ABSTRACT*****THE EFFECT OF ADVERTISING VALUE ON PURCHASE DECISIONS IN TOKOPEDIA WITH BRAND AWARENESS AS INTERVENING VARIABLES******By :*****HERLINA**

*This study aims to determine the effect of advertising value on purchasing decisions at Tokopedia with Brand Awareness as an Intervening Variable. This type of research used in this study is a causal associative type of research that uses the Partial Least Square (PLS) approach, as an analysis tool using SmartPLS3. The population of this study are Tokopedia users in Indonesia, the determination of the sample in this study depends on the number of indicators so that this study is known to have a population of 120 respondents. The results of this study found that the influence of advertising value on purchasing decisions at Tokopedia. Brand Awareness affects Purchase Decisions at Tokopedia. Brand Awareness affects Purchase Decisions at Tokopedia. Advertising Value, Purchase Decision Affects Brand Awareness as an Intervening Variable in Tokopedia*

***Keywords: Advertising Value, Purchase Decision, Brand Awareness.***