

ABSTRAK

Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Emina Pada Generasi Z Di Bandar Lampung

Oleh :

Amalia Fajrina

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness* terhadap Minat Beli produk Emina pada generasi Z di Bandar Lampung, *Brand Image* terhadap Minat Beli produk emina pada generasi Z di Bandar Lampung, untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* terhadap Minat Beli produk Emina pada generasi Z di Bandar Lampung. Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z di Bandar Lampung, sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel adalah teknik *non probability sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh *Brand Awareness* terhadap Minat Beli produk Emina pada generasi Z di Bandar Lampung, *Brand Image* terhadap Minat Beli produk Emina pada generasi Z di Bandar Lampung kemudain dari hasil uji f *Brand Awareness* dan *Brand Image* berpengaruh terhadap minat beli produk Emina pada generasi Z di Bandar Lampung.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, *Brand Image*, Minat Beli

ABSTRAK

THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS AND BRAND IMAGE ON BUYING INTEREST IN GENERATION Z EMINA PRODUCTS IN BANDAR LAMPUNG

BY

AMALIA FAJRINA

The purpose of this study was to determine the effect of brand awareness on the intention to buy Emina products in Generation Z in Bandar Lampung, brand image on the interest in buying Emina products in Generation Z in Bandar Lampung, to determine the effect of brand awareness and brand image on the intention to buy Emina products in generation Z in Bandar Lampung. This type of research is the method of causality. The population in this study was generation Z in Bandar Lampung, the sample in this study was 100 respondents. The sampling technique is a non probability sampling technique. The data analysis method used is multiple linear regression. The results of this study are that there is an effect of brand awareness on the intention to buy Emina products in generation Z in Bandar Lampung, brand image on the interest in buying Emina products in generation Z in Bandar Lampung then from the results of the f test, brand awareness and brand image have an effect on the intention to buy Emina products in generation Z in Bandar Lampung.

Keywords: Brand Awareness, Brand Image, Purchase Interest