

ABSTRAK

Nama : Syfa Ayu Ningrum
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image* dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Niat Membeli Produk *Sunscreen Azarine* Pada *Platform* Shopee (Studi Pada Remaja Di Kota Lhokseumawe)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Brand Awareness*, *brand image* dan *Electronic Word Of Mouth* terhadap niat membeli produk *sunscreen Azarine* pada *platform* Shopee (studi pada remaja di Kota Lhokseumawe). Populasi yang digunakan adalah masyarakat Kota Lhokseumawe, khususnya remaja yang belum pernah membeli produk *sunscreen Azarine* pada *platform* Shopee dengan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Metode analisis data menggunakan analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa *Brand Awareness*, *brand image* dan *Electronic Word Of Mouth* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat membeli produk *sunscreen Azarine* pada *platform* Shopee di Kota Lhokseumawe. *Brand Awareness* memiliki pengaruh paling dominan, diikuti oleh *brand image* dan *Electronic word of mouth*. Temuan ini mengindikasikan pentingnya strategi pemasaran yang berfokus pada peningkatan *Brand Awareness*, *brand image* yang positif, dan penggunaan *Electronic Word Of Mouth* yang efektif untuk meningkatkan niat membeli produk *sunscreen Azarine* di kalangan remaja Lhokseumawe. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, *brand image*, *Electronic Word Of Mouth* dan niat membeli.

ABSTRACT

Name : Syfa Ayu Ningrum
Program Study : Management
Title : *The Influence of Brand Awareness, Brand Image and Electronic Word Of Mouth Against Intention to Purchase Azarine Sunscreen Products on the Shopee Platform (Study of Adolescents in Lhokseumawe City)*

This study aims to examine the influence of Brand Awareness, brand image, and Electronic Word Of Mouth on the purchase intention of Azarine sunscreen products on the Shopee platform (a study on teenagers in Lhokseumawe City). The population used in this study comprises teenagers in Lhokseumawe City who have never purchased Azarine sunscreen products on the Shopee platform, selected using purposive sampling with a total sample of 100 respondents. The data collection technique used in this study was a survey method. The data analysis method employed Multiple Linear Regression analysis. The results of this study found that Brand Awareness, brand image, and Electronic Word Of Mouth positively and significantly influence the purchase intention of Azarine sunscreen products on the Shopee platform in Lhokseumawe City. Brand Awareness has the most dominant influence, followed by brand image and Electronic word of mouth. These findings indicate the importance of marketing strategies focused on increasing Brand Awareness, creating a positive brand image, and effectively utilizing Electronic Word Of Mouth to boost the purchase intention of Azarine sunscreen products among teenagers in Lhokseumawe. This research is expected to contribute to companies in designing more effective marketing strategies.

Keywords: *Brand Awareness, brand image, Electronic Word Of Mouth and purchase intention.*