

ABSTRAK

Nama : Riski Rahmadani
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Loyalty*, dan *Perceived Quality* terhadap *Purchase Intention* Produk *Smartphone* Realme Di Kota Lhokseumawe (Study Kasus Pada Masyarakat Kota Lhokseumawe)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Loyalty*, *Perceived Quality* terhadap *Purchase Intention* Produk *Smartphone* Realme Di Kota Lhokseumawe . Indikator *Brand Awareness* yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari mudah untuk diingat, mengenali tipe produk, mempunyai kualitas baik dan harga terjangkau, dan kepuasan yang baik. Kemudian indikator *Brand Loyalty* terdiri dari adanya kepercayaan, membayar lebih, mengajak orang membeli, pembelian ulang, mengikuti pemberitaan, dan dapat menjadi juru bicara. Kemudian Indikator *Perceived Quality* terdiri dari kualitas yang baik, kualitas yang konsisten, produk yang diandalkan. Serta indikator *Purchase Intention* yang digunakan terdiri dari transaksional, referensial, eksploratif. Penelitian ini menggunakan jenis kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel berupa *Accidental Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada 102 Masyarakat Kota Lhokseumawe yang berminat untuk membeli Produk *Smartphone* Realme. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Awareness*, *Brand Loyalty* dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* Produk *Smartphone* Realme Di Kota Lhokseumawe, sedangkan *Perceived Quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Purchase Intention* Produk *Smartphone* Realme Di Kota Lhokseumawe.

Kata kunci : *Brand Awareness*, *Brand Loyalty*, *Perceived Quality*, *Purchase Intention*

ABSTRACT

Nama : Riski Rahmadani
Program Studi : *Management*
Judul : *The Influence of Brand Awareness, Brand Loyalty, and Perceived Quality on Purchase Intention for Realme Smartphone Products in Lhokseumawe City (Case Study in the Community of Lhokseumawe City)*

This research aims to determine the influence of Brand Awareness, Brand Loyalty, Perceived Quality on Purchase Intention for Realme Smartphone Products in Lhokseumawe City. The Brand Awareness indicators used in this research consist of being easy to remember, recognizing the type of product, having good quality and affordable prices, and good satisfaction. Then the Brand Loyalty indicators consist of trust, paying more, inviting people to buy, repeat purchases, following the news, and being able to become a spokesperson. Then the Perceived Quality Indicator consists of good quality, consistent quality, reliable products. And the Purchase Intention indicators used consist of transactional, referential and exploratory. This research uses a quantitative type with a sampling technique in the form of Accidental Sampling. The data used in this research is primary data obtained by distributing questionnaires to 102 Lhokseumawe City residents who are interested in buying Realme Smartphone Products. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis using SPSS version 23 software. The results of the research show that Brand Awareness, Brand Loyalty have a positive and significant effect on Purchase Intention for Realme Smartphone Products in Lhokseumawe City, while Perceived Quality has no significant effect on Purchase Intention for Realme Smartphone Products in Lhokseumawe City.

Kata kunci : *Brand Awareness, Brand Loyalty, Perceived Quality, Purchase Intention*