

# **PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI YANG DI MEDIASI KESADARAN MEREK**

**(Studi Pada Konsumen Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk  
Kandatel Jombang)**

## **ABSTRAK**

Oleh :

Mochammad Rifki Alwi

**Dosen Pembimbing :**

**Dr. Abd Rohim, SE., M.Si**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh bauran promosi terhadap Minat beli yang dimediasi oleh Kesadaran merek produk Indihome PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk Kandatel Jombang Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian eksplanasi (*eksplanatory research*). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna/pelanggan Indihome Telkom Jombang. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, analisis SEM dengan menggunakan software WarpPLS 5.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bauran promosi mampu meningkatkan kesadaran merek. Kesadaran merek dengan minat beli mampu meningkatkan minat beli . Bauran promosi mampu meningkatkan minat beli, Kesadaran merek mampu memediasi hubungan antara bauran promosi terhadap minat beli.

**Kata Kunci : *Bauran promosi, kesadaran merek, dan minat beli***