

INTISARI

Peningkatan jumlah sepeda motor yang beredar di masyarakat berbanding lurus dengan meningkatnya bengkel umum yang dapat melakukan perawatan dan penjualan suku cadang baik resmi maupun non resmi. Untuk menghadapi persaingan yang ada, perusahaan perlu mengetahui alasan mengapa konsumen memilih produk suku cadang resmi sehingga perusahaan mampu memanfaatkan peluang atas meningkatnya penjualan sepeda motor. Salah satu hal yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk adalah tingkat kesadaran merek.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kesadaran merek terhadap keinginan membeli konsumen. Pengaruh tersebut juga akan dilihat berdasarkan peran variabel mediasi. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 256 responden. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kesadaran merek berdampak langsung pada keinginan membeli.

Kata kunci: kesadaran merek, keinginan membeli, suku cadang resmi

ABSTRACT

The increase of motorbikes number in the public is directly proportional to the increase in general repair shops that can carry out maintenance and sell spare parts, both genuine and non-genuine. To face these existing competition, companies need to know the reasons why consumers choose genuine spare parts products so that companies are able to take the opportunities of increased motorcycles sales. One of the things that influence the consumer's decision to buy a product is the level of brand awareness.

This research is intended to find out how the effect of brand awareness on consumer buying intentions. This effect will also be seen by using the mediating variable. In addition, the determination of sample was done by purposive sampling technique. The sample used in this study amounted to 256 respondents. The test results show that brand awareness has a direct impact on purchase intentions.

Keywords: brand awareness, intention to buy, genuine spare parts