

ABSTRAK

Nama : Firlina Andriani
Program Studi : Komunikasi Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Kartu Jak Lingko pada Calon Pengguna Transportasi KWK JAK30
Jurusan Meruya - Citraland

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kesadaran merek terhadap minat beli kartu Jak Lingko pada calon pengguna transportasi KWK JAK30 jurusan Meruya – Citraland, melatarbelakangi karena adanya inovasi – inovasi baru khususnya pada bidang transportasi umum yang mempermudah masyarakat dalam penggunaan transportasi tersebut sehingga berdampak pada bergesernya masyarakat dalam penggunaan angkutan kota atau biasa disebut angkot. Jak Lingko merupakan *e-money* (uang elektronik) khusus untuk pembayaran transportasi umum darat seperti MRT, LRT, Bus Transjakarta, KRL, dan KWK/angkot. Untuk itu perlunya menguji tentang bagaimana pengaruh kesadaran merek terhadap minat beli. Responden yang digunakan berjumlah 97 orang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode *survey*. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan calon pengguna Jak Lingko. Pada tahap uji validitas dengan jumlah populasi sebesar 97 orang. Dari hasil uji statistik yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil (r hitung lebih besar dari r kritis yaitu 0,300) yang menyatakan bahwa ada setiap butir pertanyaan valid untuk ditanyakan. Pada uji reliabilitas nilai Cronbach's Alpha hasil output SPSS 25, didapatkan hasil perhitungan diatas lebih besar dari nilai r tabel = 0,80. Dengan ini kuesioner telah memenuhi syarat. Pada uji statistik regresi sederhana terdapat hasil kesadaran merek berpengaruh positif terhadap minat beli, untuk besaran pengaruhnya terdapat sekitar 40%.

Kata Kunci : Kesadaran merek, Minat beli, Jak Lingko

ABSTRACT

Name : Firlina Andriani
Study Program : Marketing Communication
Skripsi Title : The Influence of Brand Awareness on the Purchase Intention of Jak Lingko Card on Prospective KWK JAK30 Transportation Users in Meruya – Citraland Department.

This study aims to discuss the importance of buying Jak Circle cards regarding potential users of KWK JAK30 transportation in the Meruya - Citraland department, because they are aligned - new innovations in the field of public transportation that help the community in this diversion shifting the community in the use of urban transportation or commonly called public transportation. Jak Lingko is e-money (electronic money) specifically for payment of public transportation such as MRT, LRT, Transjakarta Bus, KRL, and KWK / angkot. For this reason it is necessary to talk about how to influence brand awareness of buying interest. Respondents who used the help of 97 people. This research uses quantitative research methods with survey methods. Data obtained by distributing questionnaires to respondents who are prospective users of Jak Lingko. In the trial validity with a population of 97 people. From the results of statistical tests that have been carried out, we obtain the results (r count greater than r critical, 0.300) which is claimed every item is valid to ask. In the reliability test the Cronbach's Alpha value of SPSS 25 output, the calculation results obtained are greater than the value of r table = 0.80. This questionnaire has fulfilled the requirements. In statistical tests, simple regression produces positive results on buying interest, for the effect of 40%.

Key Words : *Brand Awareness, Purchase Interest, Jak Lingko*