

## ABSTRAK

# PENGARUH *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI *E-COMMERCE* SHOPEE MELALUI IKLAN INSTAGRAM PADA PT TOPINDO ATLAS ASIA – TOP 1 INDONESIA

Oleh

**Anisa Kamelia**

**NIM: 1719110**

**Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif**

PT Topindo Atlas Asia adalah perusahaan pemegang merek oli TOP 1 di Indonesia yang menawarkan berbagai macam produk oli, mulai dari oli untuk kendaraan penumpang, kendaraan komersial, hingga oli untuk industri. PT Topindo Atlas Asia mengalami penurunan penjualan pada tahun 2022 sebesar Rp50,514,995,165. Atau sebesar 9,78% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Hal ini diduga disebabkan karena adanya penyusutan keputusan pembelian oleh konsumen. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *e-commerce* Shopee melalui Iklan Instagram pada PT Topindo Atlas Asia – Top 1 Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada 200 responden yang merupakan konsumen yang melakukan pembelian pada *e-commerce* Shopee TOP 1 Official Shop. selanjutnya data diolah menggunakan aplikasi SmartPLS 4.0. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan (1) Brand Awareness (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). (2) Brand Awareness (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Iklan Instagram (Z). (3) Iklan Instagram (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). (4) Brand Awareness (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Iklan Instagram (Z) sebagai variabel intervening. Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan kepada PT Topindo Atlas Asia untuk fokus pada strategi pemasaran yang meningkatkan Brand Awareness, Optimalisasi penggunaan iklan Instagram, dengan mengintegrasikan strategi pemasaran secara keseluruhan, dengan begitu PT Topindo Atlas Asia dapat meningkatkan daya saing merek mereka dan mendapatkan hasil yang lebih baik dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

**Kata kunci:** iklan instagram, *brand awareness*, keputusan pembelian.