

## ABSTRAK

### **PENGARUH INTENSITAS PAPAN, RELEVANSI, DAN IRITASI IKLAN TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND ATTITUDE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Kampanye TikTok Makarizo Hair Energy)**

Oleh  
**Elisa Tri Wahyuni**  
248334111047

**Pembimbing 1: H. Kartawan.**  
**Pembimbing 2: Yusuf Abdullah.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Intensitas Paparan Iklan, Relevansi Iklan, Iritasi Iklan, *Brand Awareness*, *Brand Attitude* dan *Purchase Intention*. (2) Pengaruh intensitas paparan iklan, relevansi iklan dan iritasi iklan TikTok terhadap *brand awareness*. (3) Pengaruh intensitas paparan iklan, relevansi iklan, iritasi iklan dan *brand awareness* terhadap *brand attitude*. (4) Pengaruh *brand awareness* dan *brand attitude* konsumen terhadap *purchase intention*. (5) *brand awareness* memediasi pengaruh intensitas paparan iklan, relevansi iklan dan iritasi iklan terhadap *purchase intention*. (6) *brand attitude* memediasi pengaruh intensitas paparan iklan, relevansi iklan dan iritasi iklan terhadap *purchase intention* pada Makarizo Hair Energy. Ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 399 responden. Penelitian ini berjenis kuantitatif dengan pendekatan survey, menggunakan data primer serta menggunakan teknik analisis *partial least square – structural equation model* (PLS-SEM). Dengan menggunakan PLS-SEM penelitian ini menyimpulkan bahwa: (1) Intensitas paparan iklan, relevansi iklan, iritasi iklan, *brand awareness*, *brand attitude*, dan *purchase intention* dalam kriteria baik. (2) Intensitas paparan iklan, relevansi iklan, dan iritasi iklan berpengaruh terhadap *brand awareness*. (3) Intensitas paparan iklan, relevansi iklan, iritasi iklan, dan *brand awareness* berpengaruh terhadap *brand attitude*. (4) *Brand awareness* dan *brand attitude* berpengaruh terhadap *purchase intention*. (5) *Brand awareness* mampu memediasi pengaruh intensitas paparan iklan, relevansi iklan, dan iritasi iklan terhadap *purchase intention*. (6) *Brand attitude* mampu memediasi pengaruh intensitas paparan iklan, relevansi iklan, dan iritasi iklan terhadap *purchase intention* pada produk Makarizo Hair Energy.

Kata kunci: Intensitas paparan iklan, relevansi iklan, iritasi iklan, *brand awareness*, *brand attitude*, *purchase intention*.