

ABSTRAK

Dinamika persaingan bisnis yang semakin sulit, membuat perusahaan berusaha melakukan strategi pemasaran yang menarik agar produknya bisa sampai ke tangan konsumen. Terlebih pada perusahaan yang berada di industri minuman yang mengalami perkembangan begitu pesat, dilihat dari banyaknya minuman dengan merek-merek baru. Pocari Sweat merupakan produk minuman isotonik pertama di Indonesia, agar tetap diingat oleh masyarakat. Pocari Sweat membuat berbagai pemasaran salah satunya dengan melakukan iklan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Awareness*. Penelitian ini menggunakan metode analisis jalur yang bersifat kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* jenis *accidental sampling* sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil analisis, menunjukkan bahwa variabel Iklan berpengaruh signifikan terhadap *Brand Awareness*, variabel Iklan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel *Brand Awareness* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan variabel Iklan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui *Brand Awareness*.

Kata Kunci : Iklan, *Brand Awareness*, Keputusan Pembelian