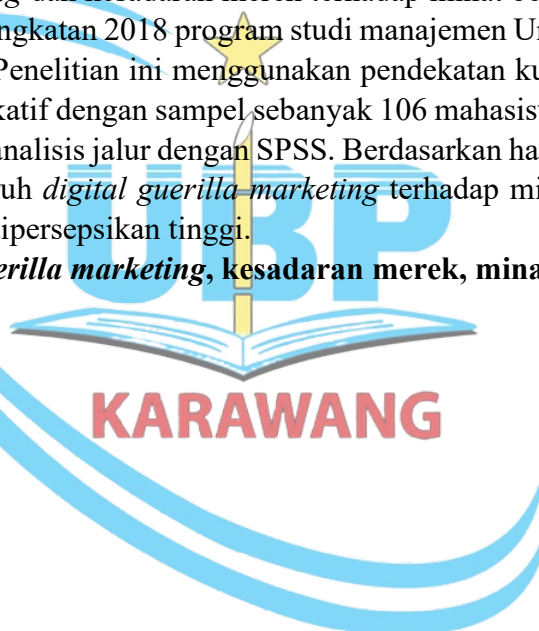


ABSTRAK

Pentingnya menciptakan rasa minat beli pada konsumen menjadi kewajiban kepada setiap perusahaan dalam proses pemasaran salah satunya dengan cara meningkatkan kesadaran atas merek tersebut melalui pendekatan pemasaran gerilya lewat media digital. *Digital guerilla marketing* menjadi fenomena yang saat ini cukup diperbincangkan dan digunakan oleh berbagai brand untuk menghasilkan iklan yang unik dan menarik perhatian masyarakat. Strategi by.U dalam menyebarkan kesadarannya yaitu dengan gencar melakukan berbagai strategi promosi yang sesuai dengan tren yang sedang berlangsung saat ini di masyarakat dengan menyuguhkan ide-ide *out of the box* bertujuan untuk menarik perhatian dan mudah diingat oleh target by.U. Salah satu strategi promosi yang diterapkan oleh by.U adalah *guerilla marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *digital guerilla marketing* dan kesadaran merek terhadap minat beli provider by.U pada mahasiswa tahun angkatan 2018 program studi manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif verifikatif dengan sampel sebanyak 106 mahasiswa. Alat analisis yang digunakan adalah analisis jalur dengan SPSS. Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa pengaruh *digital guerilla marketing* terhadap minat beli melalui kesadaran merek by.U dipersepsikan tinggi.

Kata Kunci: *digital guerilla marketing*, kesadaran merek, minat beli.



ABSTRACT

The importance of creating a sense of buying interest in consumers is an obligation to every company in the marketing process, one of which is by increasing awareness of the brand through a guerrilla marketing approach through digital media. Digital guerilla marketing is a phenomenon that is currently quite discussed and used by various brands to produce unique advertisements and attract the attention of the public. Strategy by. U in spreading his awareness, namely by intensively carrying out various promotional strategies that are in accordance with the current trends in society by presenting ideas out of the box aimed at attracting attention and being easily remembered by the target by.U. One of the promotional strategies implemented by by. U is guerilla marketing. This study aims to determine the influence of digital guerilla marketing and brand awareness on the buying interest of providers by. U in the 2018 class of students of the management study program of Buana Perjuangan Karawang University. This study used a quantitative approach with a verifiable descriptive method with a sample of 106 students. The analysis tool used is path analysis with SPSS. Based on the results of the analysis, it can be seen that the influence of digital guerilla marketing on buying interest through brand awareness by. U perceived high.

Keywords: *digital guerilla marketing, brand awareness, purchase intention.*

