

ABSTRAK

Penelitian ini difokuskan untuk mengidentifikasi pengaruh *electronic word of mouth* dan *product quality* terhadap *intention to buy* melalui *brand awarenss* local brand Jersey Kalimasalada di Jakarta dan luar Jakarta (Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). Kalimasada adalah lokal brand yang menjual *jersey* bola dan *jersey custom* yang berlokasi di Tangerang. Kuesioner ini dibagikan kepada 195 responden dan data dianalisis melalui *Partial Least Square (PLS)* Versi 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *electronic word of mouth* dan *product quality* dengan *brand awareness*, kemudian antara *electronic word of mouth*, *product quality* dan *brand awareness* terhadap minat beli.

Kata Kunci : *Electronic Promotion, Product Quality, Brand Awareness, Intention To Buy, Local Brand, Jersey.*

