

ABSTRAK

Astra Credit Companies atau biasa di singkat dengan ACC adalah perusahaan pembiayaan mobil dan alat berat. Sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 29/POJK.05/2014 ACC melakukan perluasan usaha di bidang Pembiayaan Investasi, Pembiayaan Modal Kerja, Pinjaman Dana Multiguna dan Sewa Operasi (*Operating Lease*), baik dengan skema konvensional maupun syariah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness* terhadap Minat Beli konsumen dalam pengajuan kredit, penelitian menggunakan objek masyarakat Kota Bandung yang memiliki Mobil dengan studi kasus pada Astra Credit Companies. Metode yang digunakan adalah metode Kuantitatif dan Pengambilan sampel penelitian dilakukan menggunakan metode Non Probability Sampling, dengan jumlah sampel 100 responden.

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui tanggapan responden terhadap variabel Brand Awareness dan Minat Beli berada pada kondisi cukup tinggi yaitu sebesar 68% dan 63%. Variabel *brand awareness* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Beli. Besarnya pengaruh *brand awareness* terhadap minat beli adalah sebesar 53,7% sedangkan sisanya, yaitu 42,3% merupakan kontribusi variabel lain selain variabel yang diteliti.

Kata Kunci: *Brand Awareness, Minat Beli*