

## ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang penurunan pangsa pasar IndiHome meskipun pendapatan dan jumlah pelanggan terus meningkat. Penurunan pangsa pasar ini dikaitkan dengan beberapa faktor, termasuk persaingan yang semakin ketat, perubahan perilaku konsumen, dan penurunan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image* dan *brand awareness* terhadap *continuance intention* pada produk IndiHome, dengan *customer satisfaction* sebagai variabel mediasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan survei terstruktur. Pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode convenience sampling. Jumlah sampel sebanyak 100 responden untuk mewakili populasi pelanggan IndiHome. Teknis analisis data menggunakan SEM-PLS, metode yang menjelaskan hubungan antar variabel secara bersamaan.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan dari *brand image* terhadap *customer satisfaction*. Lalu, terdapat pengaruh dan signifikan dari *brand awareness* terhadap *customer satisfaction*. Kemudian, terdapat pengaruh dan signifikan dari *brand image* terhadap *continuance intention*. Namun, tidak terdapat pengaruh signifikan dari *brand awareness* terhadap *continuance intention*. Selanjutnya, terdapat pengaruh dan signifikan dari *customer satisfaction* terhadap *continuance intention*, serta terdapat pengaruh dan signifikan dari *brand image* terhadap *continuance intention* yang dimediasi *customer satisfaction*.

*Keyword: Brand Image, Brand Awareness, Continuance Intention, Customer Satisfaction.*