

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *fit*, keterlibatan acara dan sikap terhadap merek pada niat beli terhadap produk es krim Aice. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Asian Games 2018. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *incidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 125. Analisis data menggunakan analisis SEM. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *fit*, keterlibatan acara dan sikap terhadap merek berpengaruh positif pada niat beli.

Kata kunci : *Fit*, keterlibatan acara, sikap terhadap merek dan niat beli

SUMMARY

This study aims to analyze the effect of city fit, event involvement and brand attitude towards intention of purchasing Aice ice cream. The population in this study the audiences of Asian Games 2018. The method used in this study is incidental sampling with the number of respondents as much as 125. Analysis of data using SEM analysis. The results of this study indicate that fit, event involvement and brand attitude have a positive effect towards intention of purchasing Aice ice cream.