

ABSTRAK

Iqbal Viali Adiguna (1204085) “Pengaruh Media Sosial Marketing Terhadap Kesadaran Merek Pada Batagor Hanimun (Survei Terhadap Pengikut Jejaring Sosial Batagor Hanimun)” dibawah bimbingan Heny Hendrayati S.IP., M.M. dan H. Mokh Adib Sultan, ST., M.T.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran mengenai media sosial marketing dan kesadaran merek. Selain itu, untuk mengetahui pengaruh media sosial marketing terhadap kesadaran merek Batagor Hanimun menurut survei pengguna sosial media yang telah mem-*folllow* minimal salah satu akun jejaring sosial Batagor Hanimun. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan metode online survey. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial marketing dan kesadaran merek di kategori tinggi pada garis kontinum. Hasil perhitungan korelasi, variabel media sosial marketing memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran merek.

Kata Kunci: Kesadaran merek, Media sosial marketing, Jejaring sosial, Batagor Hanimun

ABSTRACT

Iqbal Viali Adiguna (1204085) “Influence of Media sosial marketing on Brand Awareness of Batagor Hanimu (Survey to followers social network of Batagor Hanimun)” under guidance of Heny Hendrayati S.IP., M.M. dan H. Mokh Adib Sultan, ST., M.T.

The purpose of this study is to describe the social media marketing and brand awareness. In addition, to determine the effect of social media marketing to brand awareness Batagor Hanimun according to a survey of social media users who have been backing of at least one I folllow social networking Batagor Hanimun. This type of research is descriptive and verification, using an online survey. The sampling technique is simple random sampling. The sample in this study amounted to 100 people. Data analysis techniques in this study using simple linear regression analysis. The results of this study indicate that social media marketing and brand awareness in the high category on the continuum line. The results of the correlation calculations, the variables of social media marketing have a significant influence on brand awareness.

Keywords: *Brand Awareness, Media sosial marketing, Social Media, Batagor Hanimun*