

ABSTRAK

M. Fathurroyyan (1303866) “Pengaruh Social Media Terhadap Peningkatan Brand Awareness Clover Clothing Melalui Instagram” dibawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak MBA dan Dr. Heny Hendrayati S.I.P.,MM

Permasalahan yang terjadi dalam penelitian ini adalah kurangnya *brand awareness* Clover Clothing sebagai penyedia produk busana muslim. Untuk mengatasinya salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan *social media* diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* Clover Clothing sebagai penyedia produk busana muslim.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai penggunaan *social media* dan *Brand awareness* merek Clover Clothing, serta mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan *social media* terhadap tingkat *Brand awareness* merek Clover Clothing. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* di Instagram Clover Clothing yang berjumlah 2171 followers. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling* sebanyak 100 orang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *social media* termasuk dalam kategori baik atau berpengaruh, sedangkan *Brand awareness* Clover Clothing termasuk dalam kategori cukup baik. Sedangkan berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa penggunaan *social media* berpengaruh secara signifikan terhadap *Brand awareness* merek Clover Clothing.

Kata Kunci: *Brand awareness, Media Sosial*

ABSTRACT

M. Fathurroyyan (1303866) “The Influence of Social Media toward Brand Awareness of Clover Clothing through Instagram” under the guidance of Dr. Vanessa Gaffar, SE.Ak MBA and Dr. HenyHendrayati S.IP.,MM

The problems that occur in this research is the lack of brand awareness Clover Clothing as a provider of Muslim fashion products. To overcome these problems, the use of social media is expected to increase brand awareness Clover Clothing as a provider of Muslim fashion products. This research aims to determine how the responses of respondents about the use of social media and Brand awareness of Clover Clothing and to determine how much influence of using the social media for level of Brand awareness Clover Clothing. The scope of population that used in this reaserch is Clover Clothing instagram's followers which amounted to 2171 followers. Data sampling technique using probability sampling technique with simple random sampling method, and the sample size is 100 followers. The analysis method used in this research is a simple linear regression analysis. The results showed that the use of social media in Clover Clothing is included in satisfactory category, and Brand awareness Clover Clothing included in enough category. While based on the hypothesis testing results show that the use of social media significantly positive effect on Brand awareness of Clover Clothing.

Keywords: *Brand Awareness, Social Media .*