

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING TOWARDS BRAND AWARENESS ON HIJUP E-COMMERCE

By Nina Halimatu Salamah

Abstract

This research is a quantitative study that aims to determine the effect of social media marketing towards brand awareness on Hijup e-commerce. The population in this study were Muslim women who were active users of social media and who also lived or who are doing activities in he area around Jakarta. The sample size was taken as many as 70 respondents, with a non-probability sampling method with purposive sampling type. Data collection was carried out by distributing online questionnaires, which is the google form. The data analysis technique used is descriptive and inferential analysis, using a tool for testing, namely SPSS Version 26. The results of this study indicate that social media marketing has a significant effect on brand awareness by 39%.

Keyword : Social Media Marketing, Brand Awareness.

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *BRAND AWARENESS* PADA *E-COMMERCE* HIJUP

Oleh Nina Halimatu Salamah

Abstrak

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* (pemasaran media sosial) terhadap *brand awareness* (kesadaran merek) pada *e-commerce* Hijup. Populasi dalam penelitian ini adalah wanita Muslimah yang merupakan pengguna aktif media sosial dan yang juga bertempat tinggal ataupun yang sedang beraktivitas di wilayah sekitar Jakarta. Ukuran sampel diambil sebanyak 70 responden, dengan metode pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner online, yang dimana adalah *google form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan inferensial, dengan menggunakan alat bantu untuk pengujiannya yaitu SPSS Versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social media marketing* berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness* sebesar 39%.

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Brand Awareness.*