

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan membuktikan dan mengukur sejauh mana *content marketing* pada Instagram Kalbis Institute dapat berpengaruh terhadap pembentukan *brand awareness*. Dengan pendekatan penelitian kuantitatif, populasi pada penelitian ini adalah *followers* pada Instagram @kalbisinstitute dan total responden sebanyak 104 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner secara acak kepada responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *content marketing* pada Instagram Kalbis Institute terhadap *brand awareness* Kalbis Institute. Berdasarkan uji regresi yang telah dilakukan, diperoleh nilai R square sebesar 0.866, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *content marketing* Instagram berpengaruh terhadap *brand awareness* sebesar 86,6% sementara 13,4% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: Komunikasi pemasaran, *content marketing*, *brand awareness*, *social media*.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study aims to prove and measure the extent to which marketing content on Instagram Kalbis Institute can affect the formation of brand awareness. With quantitative research approach, population in this research is followers on Instagram @kalbisinstitute and total respondents as many as 104 respondents. Data collection techniques used survey methods by distributing questionnaires at random to respondents. The results of this study indicate that there is influence between content marketing on Instagram Kalbis Institute to brand awareness of Kalbis Institute. Based on the regression test that has been done, obtained R square value of 0866, so it can be concluded that Instagram marketing content affects brand awareness of 86.6% while 13.4% other influenced by other variables outside this study.

Keywords: *Marketing communication, content marketing, brand awareness, social media*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA