

**PENGARUH *SOSIAL MEDIA* DAN *SALES PROMOTION* TERHADAP  
*BRAND AWARENESS* PADA DISTRO THE DND EXECUTION DI KOTA  
BANDUNG**

**Ditulis Oleh:  
Dewi Melani**

**Pembimbing:  
M. Hadi Prasetyo, SE., MM.,**

**ABSTRAK**

Sosial media dan *sales promotion* dalam mempengaruhi konsumen untuk memperkenalkan *brand awareness* sebuah produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara sosial media dan *sales promotion* terhadap *Brand awareness* Distro The DND Execution. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif, dengan menggunakan data primer melakukan penyebaran kuisioner kepada konsumen. Penarikan sample yang digunakan adalah *probability sampling* yang terdiri dari 100 responden dengan kriteria konsumen yang refresentatif dengan penelitian ini. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik dan Uji hipotesis yaitu Uji T dengan menggunakan bantuan program SPSS 22.0 *for windows*. Hasil penelitian menunjukkan pengaruh sosial media dan *sales promotion* memiliki pengaruh sebesar 63.8%, dan secara parsial sosial media memberikan pengaruh terhadap *Brand awareness*, serta *sales promotion* memberikan pengaruh terhadap *Brand awareness* pada Distro The DND Execution.

**Kata Kunci:** Sosial media, *Sales promotion*, *Brand awareness*

***THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA AND PROMOTION SALES ON BRAND  
AWARENESS DISTRO THE DND EXECUTION AT BANDUNG CITY***

***Written by:***  
**Dewi Melani**

***Counselor:***  
**M. Hadi Prasetyo, SE., MM.,**

***ABSTRACT***

*Social media and sales promotion in influencing consumers to introduce brand awareness of a product. The purpose of this study was to determine the effect of social media and sales promotion on brand awareness distribution of the DND execution. The method used is descriptive and verification method, using primary data to distribute questionnaires to consumers. The sample collection used is probability sampling which consists of 100 respondents with the criteria of consumers who represent this research. Data analysis using multiple linear regression analysis, classical assumption test and hypothesis testing, namely T test using the help of SPSS 22.0 for Windows. The results showed the influence of social media and sales promotion had an influence of 63.8%, and partially social media had an influence on Brand awareness, and sales promotion had an influence on Brand awareness on The DND Execution Distribution.*

***Keywords: Social Media, Sales Promotion, Brand Awareness***