

**PENGARUH PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP KESADARAN
KONSUMEN PADA PRODUK LOKAL
(STUDI PADA PRODUK GEOFFMAX)**

Ditulis Oleh :

Aghnia Qodri Nafisah

Dibimbing Oleh :

Dr. Mutia Tri Satya, S.Sos., M.Si., MSM., CT

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pemasaran melalui media sosial terhadap kesadaran konsumen pada produk lokal Geoffmax. Objek penelitian ini adalah media sosial sebagai variabel independen dan kesadaran konsumen sebagai variabel dependen. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif dengan survei. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Geoffmax yang menggunakan media sosial khususnya di kota Bandung. Penelitian ini berfokus pada pengujian keefektifan media sosial dalam pemasaran sebuah produk yang berfokus pada konten di media sosial. Konten di media sosial berpengaruh dalam meningkatkan kesadaran konsumen pada produk lokal Geoffmax. Pengambilan sampel pada penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik *Insidental Sampling*. Ukuran sampel minimal ditentukan dengan menggunakan teknik Cochran yaitu sebanyak 100 responden. Teknik analisa data yang digunakan adalah rancangan Uji Hipotesis dengan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Analisis Regresi Sederhana, Koefisien Determinasi, dan Uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap kesadaran konsumen .

Kata Kunci: Media Sosial, Kesadaran Konsumen

THE INFLUENCE OF MEDIA SOCIAL ON CONSUMEN AWARENESS (STUDY ON GEOFFMAX PRODUCT)

Written by:

Aghnia Qodri Nafisah

Preceptor :

Dr. Mutia Tri Satya, S.Sos., M.Si., MSM., CT

ABSTRACT

This study aims to determine how the influence of media social on Geoffmax consument awareness study on Geoffmax product. The object of this research is media social as the independent variable and consument awareness as the dependent variable. This research method uses quantitative methods. The type of research used is descriptive and verification research with a survey. The population in this study were consument Geoffmax use media social in Bandung. This Study focus on the effectiveness media social on a marketing product. Content on media social is effectiv for increasing consumer awareness on Geoffmax product. Sampling in this study was non-probability sampling with Incidental Sampling technique. The minimum sample size was determined using the Cochran technique, namely 100 respondents. The data analysis technique used is a Hypothesis Test design with Validity Test, Reliability Test, Normality Test, Simple Regression Analysis, Coefficient of Determination, and t test. The results of the study show that media social has an effect on Consumer Awareness.

Keywords: *Media Social, Consumer Awareenes.*