

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *digital marketing* melalui *Instagram* terhadap *brand awareness* Asia Catering. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana *Instagram* diterapkan perusahaan tersebut dan besarnya pengaruh *digital marketing* melalui *Instagram* terhadap *brand awareness* di Asia Catering Bogor.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis *Instagram* berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness* Asia Catering Bogor. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($7,538 > 1,660$) dengan tingkat signifikannya $0,0001 < 0,05$. Berdasarkan koefisien determinasi *Instagram* berpengaruh terhadap *brand awareness* sebesar 36,7% dan sisanya 63,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan penelitian ini, *Instagram* pada Asia Catering Bogor dalam kategori baik, *brand awareness* pada Asia Catering Bogor dalam kategori baik, dan *Instagram* berpengaruh secara positif terhadap *brand awareness*.

Kata kunci : *Instagram, Brand Awareness, Digital Marketing*