

ABSTRAK

Perkembangan zaman pada saat ini berkembang sangat pesat, terutama dalam bidang *Fashion*. Myself Jeans adalah sebuah merek pakaian yang didirikan pada tahun 2020 sebagai salah satu label pakaian dengan produk utamanya adalah jeans yang berada di Kota Bandung. Tujuan penelitian ini Tujuan penelitian ini mengetahui dan menganalisis pengaruh *Endorsement* terhadap *Brand Awareness* Myself Jeans. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Content Marketing* terhadap *Brand Awareness* Myself Jeans. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Endorsement* dan *Content Marketing* terhadap *Brand Awareness* Myself Jeans secara simultan.

Metode penelitian kuantitatif dengan jenis deskriptif dan kausal dengan pengukuran skala likert. Populasi penelitian ini yaitu seluruh konsumen Myself Jeans yang berada di Kota Bandung. Sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS 25 *For Windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *endorsement* berpengaruh positif signifikan terhadap *brand awareness* My Self Jeans, *content marketing* berpengaruh positif signifikan terhadap *brand awareness* My Self Jeans, *endorsment* dan *Content Marketing* berpengaruh secara simultan terhadap *Brand Awareness* produk My Self Jeans. Temuan ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya strategi pemasaran yang melibatkan *content marketing* dan *celebrity endorsement* dalam meningkatkan *brand awareness*. Dengan demikian, penelitian ini memiliki implikasi penting dalam konteks pemasaran dan dapat menjadi pedoman bagi perusahaan lain dalam meningkatkan *brand awareness* produk melalui *content marketing* dan *celebrity endorsement*.

Kata Kunci: *Endorsment, Content Marketing, Brand Awareness, My Self Jeans*