

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *social media marketing* dan *event marketing* yang dilakukan oleh brand Miracle Mates terhadap *brand awareness*, dalam penelitian ini penulis ingin meneliti tentang sebuah brand yang melakukan pemasaran melalui media sosial dan rutin mengadakan atau mengikuti acara tertentu untuk memperkenalkan produknya.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis linear berganda dan uji Hipotesis. Sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Dengan jumlah populasi 53.000 *followers* Instagram dan *error tolerance* 10% dengan metode slovin, jumlah sampel penelitian ini sebanyak 99,811 dibulatkan 100 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social media marketing* dan *event marketing* berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness* pada brand Miracle Mates. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan *social media marketing* dan *event marketing* pada brand Miracle Mates sudah cukup baik, namun Miracle Mates perlu meningkatkan indikator-indikator yang bernilai rendah seperti membuat *event* yang berbeda dari brand lainnya agar tidak monoton, serta pihak Miracle Mates juga harus terus berinovasi menciptakan produk yang memiliki kualitas baik.

Kata kunci: *Social Media Marketing, Event Marketing, Brand Awareness*