

## ABSTRAK

### PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATIONS DI ERA SOCIETY 5.0 TERHADAP KESADARAN MEREK DAN PENGUNAAN PRODUK DI PT NUGRA KARSERA AREA SUMBAGSEL

Oleh

Deni Setiawan

Di Era *Society 5.0* perusahaan harus melakukan kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan media internet, agar perusahaan bisa bertumbuh dan mencapai target. Dengan Tujuan untuk mengetahui Adakah pengaruh dari berbagai kegiatan Pemasaran daring yang telah dilakukan PT Nugra Karsera, mampu menumbuhkan kesadaran merek dan penggunaan produk pada konsumennya, sebagai bentuk indikasi terhadap kesuksesan program pemasaran daring. Penelitian ini menggunakan teori Marketing Public Relations dan Pendekatan penelitian ini menggunakan paradigma positivistik. Bersifat penelitian kuantitatif dengan metode eksplanatif. Populasi adalah Konsumen dari PT Nugra Karsera area Sumbagsel. Pemilihan sampel berdasarkan *non-probability sampling* dan dengan teknik *sampling jenuh*, sehingga seluruh jumlah populasi di jadikan sample. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis jalur. Berdasarkan hasil perhitungan Uji T, zoom *meeting* berpengaruh terhadap kesadaran merek yaitu, T hitung 2.058 > dari T Tabel 1.705 dan dua variabel lain tidak berpengaruh terhadap kesadaran merek. Zoom meeting, webinar dan demolive tidak berpengaruh terhadap penggunaan produk berdasarkan hasil perhitungan Uji T. Demolive berpengaruh terhadap penggunaan produk melalui kesadaran merek berdasarkan hasil uji T, T hitung 1,956 > T Tabel 1,705. Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap kesadaran merek adalah Zoom Meeting, berdasarkan hasil uji pengaruh langsung sebesar 0,208, variabel independen yang paling berpengaruh terhadap penggunaan produk adalah demolive, berdasarkan hasil uji pengaruh langsung sebesar 0,386 dan variabel independen yang paling berpengaruh terhadap penggunaan produk melalui kesadaran merek adalah demolive berdasarkan hasil uji pengaruh tidak langsung sebesar 0,309.

Kata kunci: *Brandawareness, Demolive, Marketing Public Relations, webinar Zoom Meeting.*

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF MARKETING PUBLIC RELATIONS IN THE SOCIETY 5.0 ERA ON BRAND AWARENESS AND PRODUCT USE AT PT NUGRA KARSERA AREA SUMBAGSEL**

**By**

**Deni Setiawan**

In Era Society 5.0, companies must carry out marketing activities by utilizing internet media, so that companies can grow and achieve targets. With the aim of knowing whether there is any influence from the various online marketing activities that have been carried out by PT Nugra Karsera, it is able to grow brand awareness and product usage among its consumers, as a form of indication of the success of online marketing programs. This research uses Marketing Public Relations theory and this research approach uses a positivistic paradigm. Is a quantitative research with explanative methods. The population is consumers from PT Nugra Karsera in the South Sumatra area. The sample selection is based on non-probability sampling and with saturated sampling techniques, so that the entire population is used as a sample. Methods of data collection using a questionnaire. The collected data were analyzed using path analysis. Based on the calculation results of the T test, zoom meetings have an effect on brand awareness, namely, T count 2.058 > from T Table 1.705 and two other variables have no effect on brand awareness. Zoom meetings, webinars and demolive have no effect on product usage based on the results of the T test calculations. Demolive has an effect on product usage through brand awareness based on the results of the T test T count 1.956 > T Table 1.705. Independen variables that have the most influence on brand awareness is Zoom Meeting with a direct effect test result of 0.208, Independen variables that have the most influence on product use is demolive with a direct effect test result of 0.386 and Independen variables that have the most influence on product use through brand awareness with the results of testing the indirect effect of 0.309

*Keywords: Brandawareness, Demolive, Marketing Public Relations, webinar, Zoom Meeting.*