

**ABSTRAK**

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN CUSTOMER  
ENGAGEMENT TERHADAP BRAND AWARENESS ELS COFFEE SEBAGAI  
PELOPOR KOPI UNGGULAN LAMPUNG  
(STUDI PADA ELS COFFEE LAMPUNG)**

Oleh

**SONA SONIA RAFIKA**

*Pemasaran melalui digital* sekarang banyak sekali digunakan oleh pelaku bisnis dikarenakan era yang serba digital sekarang membuat semua orang lebih banyak menggunakan barang elektronik. Pemasaran yang dilakukan secara digital mempermudah pelaku bisnis untuk melakukan promosi dan dapat menjangkau konsumen dengan luas. Jangkauan yang luas juga dapat membuat suatu brand atau bisnis itu sendiri lebih mudah di kenali oleh banyak orang. Penelitian ini bertujuan untuk mengTest pengaruh variable *Social Media Marketing* dan *Customer Engagement* terhadap *Brand Awareness*. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif pada 108 responden. Penelitian dilakukan pada seluruh masyarakat Lampung yang mengetahui tentang Els Coffee di Instagram dan pernah melakukan pembelian produk Els Coffee. Metode yang dilakukan adalah IMB SPSS tahun 2022. Result statistik setelah pengTestan hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis satu, dua, dan tiga terbukti kebenarannya, dan dapat disimpulkan bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan pada *Brand Awareness*, dan *Customer Engagement* berpengaruh positif terhadap *Brand Awareness*.

Kata kunci: *social media marketing, customer engagement, brand awareness*

## **ABSTRACT**

# **THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING AND CUSTOMER ENGAGEMENT ON BRAND AWARENESS OF ELS COFFEE AS A PIONEER OF LAMPUNG'S SUPERIOR COFFEE (STUDY ON ELS COFFEE LAMPUNG)**

**By**

**SONA SONIA RAFIKA**

Marketing through digital is now widely used by business people because the current digital era makes everyone use more electronic goods. Marketing done digitally makes it easier for businesses to do promotions and can reach consumers widely. Broad reach can also make a brand or business itself easier to recognize by many people. This study aims to examine the effect of *Social Media Marketing* and *Customer Engagement* variables on *Brand Awareness*. This research was conducted quantitatively on 108 respondents. The research was conducted on all Lampung people who know about Els Coffee on Instagram and have purchased Els Coffee products. The method used is IMB SPSS in 2022. Statistical results after hypothesis testing show that the results indicate that hypotheses one, two, and three are proven correct, and it can be concluded that *Social Media Marketing* has a positive and significant effect on *Brand Awareness*, and *Customer Engagement* has a positive effect on *Brand Awareness*.

**Keywords:** *social media marketing, customer engagement, brand awareness*