

ABSTRACK

Perkembangan dunia industri sekarang telah memasuki era 4.0 dimana teknologi telah menjadi basis dalam kehidupan manusia. Era ini telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan baik dibidang ekonomi, politik, kebudayaan, seni bahkan sampai dunia pendidikan. Di Indonesia kini telah memasuki era industri 4.0 diketahui bahwa banyaknya pergeseran kebiasaan masyarakat dari manual menjadi digital seperti perkembangan dunia ekonomi dari manual menjadi digital. Edulogy adalah perusahaan yang bergerak dibidang pendidikan persaingan yang dihadapi Edulogy semakin kompetitif dengan kehadiran kompetitor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness di Bandung 2019

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian dekriptif. Data penelitian diperoleh dari penyebaran kuesioner. Metode penelitian yang digunakan Metode penelitian yang digunakan ialah *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan melakukan pendekatan *Bernoulli*. Hasil penyebaran angket diperoleh melalui bantuan Microsoft excel dan spss 25.00. Teknik analisis penelitian ini adalah regresi linear sederhana.

Kata kunci: Brand Awareness