

ABSTRAK

Penelitian ini berlatar belakang pada *social media marketing* yang merupakan sebuah pemasaran menggunakan *social media* yang sangat berkembang pada saat ini. Banyak bisnis yang telah menggunakan *social media* untuk memasarkan produknya seperti Avoskin Beauty. Avoskin Beauty memproduksi berbagai macam produk skincare yaitu facial wash, toner, dan serum. Dengan memasarkan menggunakan *social media* bisa dimanfaatkan untuk membuktikan bisnis tersebut membangun *brand awareness* terhadap loyalitas pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *social media marketing* dan *brand awareness* terhadap loyalitas pelanggan pada Avoskin Beauty. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh menggunakan teknik *simple random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) nilai F hitung $186,689 > F \text{ tabel } 2,67$ dan dari uji parsial (uji T) diketahui bahwa variabel *social media marketing* (X1) sebesar $5630 (t_o) > 1655 (t_a)$ sedangkan variabel *brand awareness* (X2) sebesar $9733 (t_o) > 1655 (t_a)$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *social media marketing* dan *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.