

ABSTRAK

ST MUFARIDA, 1520320013, “PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *Social Media*, dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli di Pati Oblong”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Content Marketing*, *Social media*, dan *Brand Awareness* terhadap Minat Beli di Pati Oblong. Penelitian ini menggunakan kuantitatif dan jenis penelitian ini adalah teknik *probability Sampling*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini *content marketing*(x_1), *brand awareness* (x_2), minat beli (x_3)Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara menyebar kuesioner secara langsung kepada konsumen Pati Oblong sebanyak 333 orang. Hasil penelitian pada Pati Oblong menunjukkan bahwa variabel social media mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli di Pati Oblong. Perkembangan teknologi membuat para konsumen membutuhkan kenyamanan dan kecepatan dalam segala aktivitas tak terkecuali saat melakukan transaksi pembelian disebuah toko atau distro. Dengan mengintegrasia kn sebuah media online berupa instagram dan website maka memberikan feedback berupa meningkatnya minat beli konsumen akan sebuah produk di Pati Oblong.

Kata kunci: *content marketing, social media, brand awareness*