

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pemasaran secara fundamental dengan menuntut perusahaan untuk berinovasi dalam menjangkau konsumen secara lebih luas dan tepat sasaran. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin kompleks, kemampuan sebuah perusahaan untuk menciptakan kesadaran merek atau *brand awareness* menjadi elemen kunci dalam membangun keunggulan kompetitif.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh *Search Engine Optimization*, *Social Media Marketing*, dan *Content Marketing* terhadap *Brand Awareness* pada PT Kiluan Bangun Selaras, sebuah perusahaan konstruksi berbasis di Surabaya. Fokus dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 70 responden yang merupakan klien PT Kiluan Bangun Selaras di Kota Surabaya. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, uji kelayakan model, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Search Engine Optimization*, *Social Media Marketing*, dan *Content Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Awareness*.

Kata Kunci: *Search Engine Optimization*, *Sosial Media Marketing*, *Content Marketing*, *Brand Awareness*



ABSTRACT

The development of digital technology has fundamentally transformed marketing by encouraging companies to innovate in reaching consumers more widely and precisely. In the context of increasingly complex business competition, the company's capability must be able to create brand awareness, which becomes a key element in building a competitive advantage.

This research determines and analyses the effect of Search Engine Optimization, Social Media Marketing, and Content Marketing on the Brand Awareness of PT Kiluan Bangun Selaras, a construction company based in Surabaya. Furthermore, the research applies quantitatively. The instrument in the data collection technique was a questionnaire. The questionnaires were distributed to the 70 respondents who were clients of PT Kiluan Bangun Selaras in Surabaya city. Moreover, the data analysis technique used descriptive analysis, instrument test, classic assumption test, model feasibility test, and hypothesis test.

The result shows that Search Engine Optimization, Social Media Marketing, and Content Marketing have a positive and significant effect on Brand Awareness.

Keywords: search engine optimization, social media marketing, and content marketing, brand awareness of construction's industry of PT Kiluan Bangun Selaras

STESGA Logo
M. Fakhri, S.T., M.Pd
STESGA Logo
Mentor Kiluan Bangun Selaras
Surabaya 60119, Indonesia

12/8/25