

## ABSTRAK

Pengaruh *Content Marketing Social Media* dan *Brand Awareness Property* terhadap Penjualan pada PT. Paramount Land Tangerang. Dibawah bimbingan.

Perkembangan dunia bisnis properti semakin berkembang pesat seiring kemajuan teknologi informasi di Indonesia. Tak heran jika dimasa kini banyak perusahaan yang gencar mempromosikan produk yang ditawarkan dengan berbagai macam cara terobosan inovasi yang baru dan kreatif. Di Indonesia sangat banyak perusahaan properti yang terus berkembang, salah satunya ialah PT. Paramount Land yang terus berkembang dari tahun ke tahun. Salah satu cara untuk mempengaruhi konsumen adalah dengan cara promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Umumnya produk yang dipromosikan dengan berbagai macam cara. Maka dari itu, penelitian ini adalah survei yang dilakukan kepada 50 orang responden yang merupakan konsumen dari Paramount Land yang berlokasi di Gading Serpong Tangerang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan aplikasi SPSS adalah *Statistical Product and Service Solutions* menggunakan rumus Slovin dengan memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa : 1) *Content Marketing Social Media* tidak memiliki pengaruh positif terhadap penjualan; 2) *Brand Awareness* memiliki pengaruh positif terhadap penjualan; 3) *Content Marketing Social Media* dan *Brand Awareness* secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan.

Kata Kunci : *Content Marketing Social Media*, *Brand Awareness* dan Penjualan