

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel-variabel yang memiliki pengaruh terhadap *Brand Awareness* pada perusahaan Gojek Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden yang berusia diatas 17 tahun dan berdomisili di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Brand Awareness* dan variabel independen menggunakan *Event Sponsorship*, dan *Advertising*. Penelitian ini menggunakan jumlah sampel yang berjumlah 100 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Event Sponsorship*, dan *Advertising* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *Brand Awareness*.

Kata kunci: *Brand Awareness*, *Event Sponsorship*, dan *Advertising*.

