

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh Pengaruh *Influencer Marketing* Dan *Content Marketing* Terhadap *Brand Awareness* Dengan *Loyalitas Merek* Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Pempek Mama Najwa Padang. Metode pengumpulan data melalui survei dan mengedarkan kuisisioner, dengan populasi 7.571 orang sampel 100 responden yang didapatkan dari slovin. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) menggunakan *SmartPLS*.

Hasil penelitian yang didapatkan dimana terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan *Influencer Marketing* terhadap *Loyalitas Merek*. Terdapat pengaruh positif yang signifikan *Content Marketing* terhadap *Loyalitas Merek*. Terdapat pengaruh positif yang signifikan *Influencer Marketing* terhadap *Brand Awareness*. Terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan *Content Marketing* terhadap *Brand Awareness*. Terdapat pengaruh positif yang signifikan *Loyalitas Merek* terhadap *Brand Awareness*. Terdapat pengaruh positif yang tidak signifikan *Influencer Marketing* terhadap *Loyalitas Merek* melalui *Brand Awareness* sebagai variabel intervening. Terdapat pengaruh positif yang signifikan *Content Marketing* terhadap *Brand Awareness* melalui *Loyalitas Merek* sebagai variabel intervening.

**Kata Kunci :** *Influencer Marketing, Content Marketing, Brand Awareness, Loyalitas Merek*