

## ABSTRAK

Fenomena global seperti digitalisasi saat ini dapat mempengaruhi cara pemilik usaha mengembangkan produk dan mereknya, para pelaku usaha khususnya merek alas kaki lokal harus dapat memanfaatkan digitalisasi sebagai sarana untuk memperkenalkan dan mempresentasikan produk dan mereknya agar konsumen dapat mengetahui dan memperhatikan produk dan mereknya. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah merupakan pengguna merek brand sepatu compass di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh positif antara *Social Media Marketing Activities* Terhadap *Purchase Intention* Melalui *Brand Image* dan *Brand Awareness* Pada Brand Sepatu Compass. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuantitatif dengan data primer menyebarkan kuesioner sebanyak 384 responden. Penelitian ini menggunakan *software* SmartPLS versi 3.2.9 untuk menganalisis data.

**Kata Kunci:** *Social Media Marketing Activities, Brand Image, Brand Awareness, Purchase Intention*