

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh Social Media Marketing yang dimediasikan oleh Brand Awareness terhadap Purchase Decision konsumen brand “Insurgent” pada marketplace Shopee.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh yang disebabkan oleh Social Media Marketing dengan dimediasikan oleh Brand Awareness terhadap Purchase Decision.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan model Social Media Marketing sebagai variabel independen, Brand Awareness sebagai variabel mediator, dan Purchase Decision sebagai variabel dependen.

Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Social Media Marketing yang dilakukan oleh brand “Insurgent” secara langsung memiliki pengaruh terhadap Brand Awareness dan Purchase Decision pada konsumen. Dengan dimediasikan oleh Brand Awareness, Social Media Marketing memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Purchase Decision pada konsumen brand “Insurgent” pada marketplace Shopee. Meskipun Purchase Decision juga dapat dipengaruhi oleh faktor lainnya seperti kualitas produk, harga, rekomendasi teman, dan lain-lain.

Hal ini berimplikasi pada Social Media Marketing menjadi pertimbangan yang krusial bagi brand fesyen dikarenakan mampu meningkatkan kesadaran merek terhadap konsumen, yang akhirnya berpotensi kuat untuk melakukan pembelian, khususnya pada ekosistem e-commerce di mana konsumen tidak dapat melihat produk secara fisik.

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Brand Awareness, Purchase Decision, Insurgent, Shopee, E-Commerce*