

ABSTRAK

PT. Kiblat Pengusaha Indonesia (Billionaire Store) merupakan penjualan buku berbasis online melalui *Social Media* yang berdiri pada 5 juni 2013 di kota Bandung, sebaran pemasarannya kini mencapai ke seluruh wilayah Indonesia. Billionaire Store memiliki jaringan lebih dari 5000 orang yang tergabung menjadi business partner yang berasal dari 276 kota/kabupaten. Billionaire Store memiliki beberapa social media untuk menyebarkan informasi produk, salah satunya *Facebook*. Selain itu, selama 7 tahun terakhir (2013-2020) Billionaire Store juga mengalami peningkatan jumlah pembelian buku.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian Produk Buku di Billionaire Store. Metode analisis data dengan menggunakan teknik analisis *structural equation modeling* (SEM-PLS) yang di proses dengan menggunakan SmartPLS dengan Populasi 4.345 orang dan jumlah responden sebanyak 100 orang. Dari hasil penelitian menunjukkan penilaian responden terhadap *Social Media Marketing*, kemudian variabel *Brand Awareness* dan *Keputusan Pembelian* berada pada kategori sangat baik.

Sesuai hasil analisis dengan metode SEM-PLS menunjukkan bahwa variabel *Social Media Marketing* dan *Brand Awareness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Keputusan Pembelian* Produk Buku di Billionaire Store. Dari perolehan hasil koefisien determinasi (R_2) menunjukkan bahwa variabel *Brand Awareness* memiliki nilai sebesar 0,841, dengan variabilitas konstruk *Social Media Marketing*. Sedangkan variabel *Keputusan Pembelian* memiliki nilai (R_2) sebesar 0,844, dengan variabilitas konstruk *Social Media Marketing* dan *Brand Awareness* 54,4%.

Kata Kunci: *social media marketing, facebook, brand awareness, keputusan pembelian*