

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Media Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan dengan *Brand Awareness* sebagai variabel mediasi pada brand lokal Thanksinsomnia. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengikut dan konsumen produk Thanksinsomnia di media sosial. Teknik analisis data menggunakan Partial Least Square (PLS) untuk menguji hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Awareness* serta Loyalitas Pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung. *Brand Awareness* terbukti memediasi secara signifikan hubungan antara *Social Media Marketing* dan Loyalitas Pelanggan, yang berarti bahwa semakin tinggi kesadaran merek yang dibangun melalui aktivitas media sosial, semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi pemasaran digital yang interaktif, konsisten, dan relevan dengan tren dalam membangun hubungan jangka panjang antara merek dan konsumen.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, *Brand Awareness*, Loyalitas Pelanggan, Thanksinsomnia

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Social Media Marketing on Customer Loyalty with Brand Awareness as a mediating variable on the local brand Thanksinsomnia. The research approach used is descriptive quantitative with a survey method through the distribution of questionnaires to 100 respondents who are followers and consumers of Thanksinsomnia products on social media. Data analysis techniques used Partial Least Square (PLS) to test the relationship between variables. The results of the study indicate that Social Media Marketing has a positive and significant effect on Brand Awareness and Customer Loyalty, both directly and indirectly. Brand Awareness was found to significantly mediate the relationship between Social Media Marketing and Customer Loyalty, meaning that the higher the brand awareness built through social media activities, the higher the level of customer loyalty. This finding emphasises the importance of interactive, consistent, and trend-relevant digital marketing strategies in building long-term relationships between brands and consumers.

Keywords: *Social Media Marketing, Brand Awareness, Customer Loyalty, Thanksinsomnia*