

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DENGAN
MEDIASI *BRAND AWARENESS* TERHADAP *PURCHASE
DECISION* DI SUIS BUTCHER STEAK HOUSE KOTA
BANDUNG**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata

Disusun oleh :

Laras Auliya

2106450

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2025

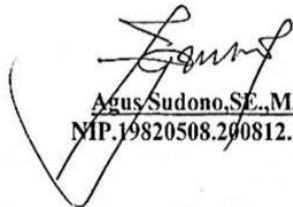
LEMBAR PENGESAHAN

LARAS AULIYA

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DENGAN MEDIASI BRAND
AWARENESS TERHADAP PURCHASE DECISION DI SUIS BUTCHER
STEAK HOUSE KOTA BANDUNG**

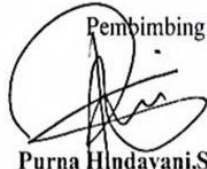
Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing 1



Agus Sudono, SE., M.M.
NIP.19820508.200812.1.002

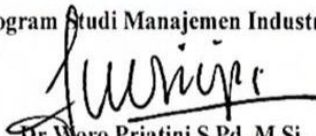
Pembimbing 2



Purna Hindayani, S.Pi., MT.
NIP.92020041.989021.2.201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si.
NIP.19710309.2010112.2.001

LEMBAR HAK CIPTA

PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DENGAN MEDIASI *BRAND AWARENESS* TERHADAP *PURCHASE DECISION* DI *SUIS BUTCHER STEAK HOUSE* KOTA BANDUNG

Oleh

Laras Auliya

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Laras Auliya

Universitas Pendidikan Indonesia

2025

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, di foto kopi, atau cara lainnya tanpa izin penulis

Laras Auliya, 2025

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DENGAN MEDIASI BRAND AWARENESS TERHADAP PURCHASE DECISION DI SUIS BUTCHER STEAK HOUSE KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Laras Auliya

NIM : 2106450

Program Studi : Manajemen Industri Katering

Judul Karya : Pengaruh *Social Media Marketing* Dengan Mediasi *Brand Awareness* Terhadap *Purchase Decision* di Suis Butcher Steak House Kota Bandung

Dengan ini menyatakan dengan jelas bahwa karya yang diuraikan adalah hasil kerja keras saya sendiri. Saya yakin sepenuhnya bahwa seluruh isi karya ini, baik sebagian maupun seluruhnya, tidak mengandung unsur plagiarisme dari karya orang lain, terutama pada bagian-bagian yang telah dijelaskan secara rinci dan ringkasannya dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas sesuai dengan standar akademik yang berlaku.

Jika di kemudian hari ditemukan bukti pelanggaran akademis atau plagiarisme, saya bersedia dapat menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Bandung, April 2025



Laras Auliya

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT., karena atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul **“Pengaruh Social Media Marketing dengan Mediasi Brand Awareness terhadap Purchase Decision di Suis Butcher Steak House Kota Bandung”** dengan baik dan tepat waktu. Shalawat serta salam senantiasa tercurah limpahkan terhadap junjungan kita, Nabi Muhammad Saw., beserta keluarga, sahabat, dan hingga seluruh pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam penyusunan skripsi ini, dapat dipungkiri bahwa penulis mengalami kendala dan hambatan, namun penulis berhasil mengatasinya dengan baik melibatkan semua dukungan dari berbagai pihak, keluarga, sahabat dan teman-teman penulis.

Penulis menyatakan bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang dapat membangun demi perbaikan di masa yang mendatang. Penulis yakin bahwa skripsi ini dapat menjadi referensi penelitian ilmiah sejenis dan bermanfaat bagi pembaca.

Bandung, April 2025

Penulis



Laras Auliya

UCAPAN TERIMKASIH

Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dengan bimbingan, dukungan, bantuan, semangat, dan doa dari beberapa pihak yang telah memberikan kontribusi yang sangat berarti untuk penulis. Penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar jika tidak ada bantuan dan dukungan dari pihak-pihak tersebut. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya terhadap:

1. Allah SWT., yang telah memberikan kelancaran, kekuatan, dan petunjuk-Nya dalam setiap langkah selama proses penyusunan skripsi ini. Alhamdulillah atas izin-Nya, penulis mampu untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Dr.Woro Priatini,S.Pd.,M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas pendidikan Indonesia.
3. Agus Sudono,SE.,M.M., selaku dosen pembimbing pertama, yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi terhadap penulis. Bimbingan yang diberikan sangat berarti bagi penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
4. Purna Hindayani, S.Pi., MT., selaku dosen pembimbing kedua, yang tak hanya memberikan bimbingan dan arahan tetapi juga selalu siap mendengarkan keluhan penulis selama proses penyusunan skripsi. Dengan penuh kesabaran dan ketulusan, beliau memberikan semangat dan dorongan yang membuat penulis kembali percaya diri untuk melangkah dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Mamun. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan, namun semangat dan tekad untuk memberikan yang terbaik terhadap keluarga terutama bagi penulis, mendidik serta memberikan motivasi, memberikan dukungan selama penulis menyelesaikan studi sampai sarjana. Beliau selalu mengingatkan penulis untuk

jangan pernah menyerah dan tidak peduli seberat apapun tantangannya harus harus tetap kita dilewati.

6. Pintu surgaku, Ibu Tuti Alawiyah. Beliau sangat berperan penting untuk penulis dalam proses menyelesaikan studi sampai sarjana, beliau hanya lulusan sekolah dasar tidak sempat merasakan di bangku SMP, tidak sempat merasakan SMA dan tidak merasakan di bangku perkuliahan. Namun beliau sosok yang luar biasa bagi penulis, tidak pernah berhenti memberikan motivasi dan semangat, serta do'a yang selalu mengiringi langkah penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sampai selesai.
7. Pihak manajemen Suis Butcher Steak House dan tim *marketing*, penulis mengucapkan terimakasih memberikan yang sebesar- besarnya atas kesempatan untuk melakukan penelitian di Suis Butcher Steak House cabang Setiabudi. Dukungan informasi data yang dibutuhkan penulis, dan kerjasama yang telah diberikan oleh manajemen dan tim *marketing* memungkinkan penulis untuk melaksanakan penelitian ini dengan baik dan lancar.
8. Terima kasih yang sebesar-besarnya terhadap Bapak/Ibu/Saudara/i yang telah bersedia meluangkan waktu dan berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner. Partisipasi dan kontribusi sangat berarti bagi kesuksesan penelitian ini.
9. Lola Bonita Javier, Erina Dwi Mareta , Indah Nur Azizah rekan Manajemen Industri katering yang telah berjuang dari awal perkuliahan, kita telah melalui banyak pengalaman bersama, mengatasi tugas-tugas sulit, ujian yang menegangkan, dan segala hal yang muncul selama perjalanan kuliah baik itu suka maupun duka, semoga kalian selalu dipermudah dalam hal apapun dan semoga kita bisa sukses dan keliling dunia bareng – bareng ya Aamiin.
10. Farah Fauziyyah, Intan Khairun, Nisa Septri, Rahma Aliya, dan Ridwan Kamal atas bantuan, dukungan, dan semangat yang diberikan selama proses skripsi penulis, semoga kita bisa sukses bareng ya.

11. seluruh mahasiswa Manajemen Industri Katering yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah menjadi teman dan rekan belajar selama perkuliahan.
12. Terhadap diri saya sendiri, Laras Auliya. Terima kasih ya, aku tahu sejauh mana perjalanan ini telah membawaku, seberapa banyak air mata, lelah, dan keraguan yang selalu hadir di sepanjang jalan. Namun, aku tetap bisa bertahan. Aku telah berjuang melawan lelah, melawan ketakutan, dan tetap melangkah meski sulit. Keberanian untuk menghadapi situasi tersebut. Perjalanan ini tidak hanya berkaitan dengan skripsi, tetapi juga mencakup semua proses pertumbuhan diri. Aku berterima kasih terhadap diriku sendiri karena sudah berani bermimpi dan berjuang dan akhirnya sampai di titik ini, jadi aku menganggap ini sebagai pujian untuk diriku sendiri.

Laras Auliya, 2106450. “PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DENGAN MEDIASI BRAND AWARENESS TERHADAP PURCHASE DECISION DI SUIS BUTCHER STEAK HOUSE KOTA BANDUNG”.

ABSTRAK

Di era digital ini, media sosial adalah alat yang sangat efektif bagi bisnis untuk meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan interaksi dengan konsumen, dan meningkatkan penjualan. Suis Butcher Steak House merupakan salah satu steak house di Kota Bandung yang memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan penjualan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *social media marketing* (X) dengan mediasi *brand awareness* (Z) terhadap *Purchase decision* (Y) di Suis Butcher Steak House Kota Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis deskriptif dan verifikatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terhadap 100 responden yang merupakan konsumen Suis Butcher Steak House. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan SmartPLS 4 digunakan untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand awareness*, *social media marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase decision*, *brand awareness* memediasi *social media marketing* terhadap *Purchase decision*.

Kata kunci: *social media marketing, purchase decision, brand awareness, Suis Butcher Steak House*

Laras Auliya, 2106450. “THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING WITH BRAND AWARENESS MEDIATION ON PURCHASE DECISION AT SUIS BUTCHER STEAK HOUSE BANDUNG”.

ABSTRACT

In this digital era, social media is a very effective tool for businesses to increase brand awareness, improve interaction with customers, and increase sales. Suis Butcher Steak House is one of the steak houses in Bandung that utilizes social media to increase sales. The purpose of this study is to analyze the effect of social media marketing (X) with mediation of brand awareness (Z) on Purchase decision (Y) at Suis Butcher Steak House is one of the steak houses in Bandun. The method used in this research is quantitative method with descriptive and verification analysis. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents who were consumers of Suis Butcher Steak House. The data analysis technique using Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4 was used to test the relationship between variabels. The results of this study indicate that social media marketing has a positive and significant effect on brand awareness, social media marketing has a positive and significant effect on Purchase decision, brand awareness mediates social media marketing on Purchase decision. Recommendations for Suis Butcher Steak House, improve visual social media content with more creative images or videos, work with relevant influencers, strong storytelling strategies, catchy slogans, and consistent social media campaigns to attract customers.

Keywords: social media marketing, purchase decision, brand awareness, Suis Butcher Steak House

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR HAK CIPTA	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
PRAKATA	iv
UCAPAN TERIMKASIH	v
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN TEORI	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Pariwisata	14
2.1.2 Wisata Kuliner	16
2.1.3 Restoran	17
2.1.4 <i>Social Media Marketing</i>	18
2.1.5 <i>Brand Awareness</i>	21

Laras Auliya, 2025

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DENGAN MEDIASI BRAND AWARENESS TERHADAP
PURCHASE DECISION DI SUIS BUTCHER STEAK HOUSE KOTA BANDUNG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

2.1.6 <i>Purchase Decision</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Kerangka Konseptual.....	35
2.4 Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Metode Penelitian	38
3.2.1 Objek dan Subjek Penelitian	39
3.2.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	39
3.2.3 Operasionalisasi Variabel.....	41
3.2.4 Jenis dan Sumber Data	46
3.2.5 Instrumen Penelitian.....	46
3.2.6 Teknik Pengumpulan Data	47
3.2.7 Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas	48
3.2.8 Metode Analisis Data.....	53
3.2.9 Analisis Deskriptif	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	59
4.2 Karakteristik Responden.....	61
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	62
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan, Pendapatan dan Domisili....	63
4.3 Analisis Deskriptif	65

4.3.1 Analisis Deskriptif <i>Social Media Marketing</i>	65
4.3.2 Analisis Deskriptif <i>Brand Awareness</i>	68
4.3.3 Analisis Deskriptif <i>Purchase decision</i>	72
4.4 Analisis Verifikatif	75
4.4.1 Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	75
4.4.2 Analisis Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	83
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	91
4.6 Pembahasan Hasil penelitian	93
4.6.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	93
4.6.2 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Purchase decision</i>	96
4.6.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Purchase decision</i>	98
4.6.4 Mediasi <i>Brand Awareness</i> dalam Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> <i>Marketing</i> terhadap <i>Purchase decision</i>	101
BAB V_KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Rekomendasi.....	104
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan dan Cafe di Kota Bandung 2017-2023	3
Gambar 1. 3 Data Penjualan Suis Butcher Steak House 2020-2023.....	4
Gambar 2. 1 Marketing Funnels.....	21
Gambar 2. 2 Lima Tahapan Keputusan Pembelian.....	25
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 2. 4 Kerangka Konseptual	35
Gambar 4. 1 Logo Suis Butcher Steak House	59
Gambar 4. 2 Diagram Jalur <i>Loading Factor</i>	77
Gambar 4. 3 Diagram Jalur Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik yang.....	2
Tabel 1. 2 Perbedaan Tiga Instagram Restoran Steak di Kota Bandung	7
Tabel 1. 3 Link Tiga Instagram Steak di Kota Bandung.....	7
Tabel 1. 4 Data Awareness Instagram Suis Butcher Steak House	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	42
Tabel 3. 2 Hasil Pengujian Validitas Instrumen	49
Tabel 3. 3 Hasil Pengujian Realibilitas Instrumen.....	52
Tabel 3. 4 Kriteria Penilaian Skor.....	54
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan pekerjaan	63
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan pemasukan perbulan	63
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	64
Tabel 4. 6 Perhitungan Skor Indikator <i>Social Media Marketing</i>	65
Tabel 4. 7 Garis Kontinum <i>Social Media Marketing</i>	68
Tabel 4. 8 Perhitungan Skor Indikator <i>Brand Awareness</i>	69
Tabel 4. 9 Garis Kontinum <i>Brand Awareness</i>	71
Tabel 4. 10 Perhitungan Skor Purchase decision	72
Tabel 4. 11 Garis Kontinum <i>Purchase Decision</i>	74
Tabel 4. 12 Nilai <i>Loading Factor</i>	76
Tabel 4. 13 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	78
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	79
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>Fornel-Lacker Criterion</i>	80
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	81
Tabel 4. 17 Hasil Uji Realibilitas.....	82

Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R- Square)	83
Tabel 4. 19 Hasil Uji Kolinearitas	84
Tabel 4. 20 Hasil Uji Effect Size F2	85
Tabel 4. 21 Hasil Pengaruh Uji Lansung (<i>Direct Effect</i>).....	88
Tabel 4. 22 Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	90
Tabel 4. 23 Hasil Uji Pengaruh (<i>Total Effect</i>)	91

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, Rifqah Purnama, Ilham Alimuddin, and Abdul Malik. 2019. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Zoya Pada Outlet Zoya Cabang Perintis Makassar." *Jurnal Mirai Management* 4(2):376–93.
- Aliansyah, Helmi, and Wawan Hermawan. 2021. "Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat." *Bina Ekonomi* 23(1):39–55. doi: 10.26593/be.v23i1.4654.39-55.
- Angelyn, & Kodrat, D. S. (2021). *The effect of social media marketing on purchase decision with brand awareness as mediation on Haroo Table. International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(1), 16–24. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v1i1.1946.g1548>
- Ansari, Sinoka, Ghishwa Ansari, Muhammad Umar Ghorri, and Abdul Ghafoor Kazi. 2019. "Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision." *Journal of Public Value and Administrative Insight* 2(2):5–10. doi: 10.31580/jpvai.v2i2.896.
- Anwar, Syaiful, and Mujito Mujito. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 9(1):189–202. doi: 10.37641/jimkes.v9i1.558.
- Billy Surya Hanjaya, Bayu Setyo Budihardjo, and Catharina Aprilia Hellyani. 2023. "Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Umkm." *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)* 1(3):92–101. doi: 10.54066/jrime-itb.v1i3.290.
- Citrasumidi, Regina Raina Rania, and Lamhot Henry Pasaribu. 2023. "Analysis of the Influence of Social Media Marketing and E-WOM on Purchase Decisions

Laras Auliya, 2025

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DENGAN MEDIASI BRAND AWARENESS TERHADAP PURCHASE DECISION DI SUIB BUTCHER STEAK HOUSE KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Mediated by Brand Awareness and Trust at 'X' Ice Cream Outlets.” *International Journal of Social Service and Research* 3(12):3137–56. doi: 10.46799/ijssr.v3i12.614.

La Dimuru, Ali Hadi. 2023. “Pengembangan Destinasi Pariwisata Pantai Di Pulau Hatta Kecamatan Banda Naira.” *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 2(7):3005–20. doi: 10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i7.5286.

Dr. Zainuddin Iba, S.E., M.M. Dr (Cand). Aditya Wardhana, S.E., M.Si., M.M., CHRMP., CIRP., CHRA., CPP., CHRBP. 2024. “Analisis Jalur (Path Analysis) Digunakan.” (July).

Erwin Permana, Abdiel Reihan, Alvito Daffa Gustyo, and Syamsurizal Syamsurizal. 2024. “Pemanfaatan Key Opinion Leader (KOL) Brand Scarlett Whitening Dalam Pemasaran Digital Pada Generasi Z.” *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 4(3):48–65. doi: 10.55606/optimal.v4i3.3735.

Frincessa Syifa Ferdiana, Aprilisa. 2024. “The Influence of Social Media Marketing, Brand Awareness and Product Quality on Purchasing Decisions at Mie Djoetek.” 2:94–103.

Gastronomy, Tourism Journal, Ilham Fajri, Mochamad Whilky Rizkylanfi, Rizma Ismaya, Nhi Tourism Academy, Jalan Setiabudi No, Universitas Pendidikan Indonesia, Jalan Setiabudhi No, Correspondent Writer, dan Email Ilham. 2021. ““The Effect Of Media Sosial Marketing On Purchase decision With Brand Awareness As an Intervening In Praketa Coffe Shop Purwokerto ” 8(November):97- 110

Halim, Jonathan Kurniawan, Christina R. Honantha, and Silvia Margaretha. 2019. “Respon Konsumen Terhadap Iklan Email Dari Biro Tur Dan Perjalanan Di

Laras Auliya, 2025

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DENGAN MEDIASI BRAND AWARENESS TERHADAP PURCHASE DECISION DI SUIIS BUTCHER STEAK HOUSE KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Indonesia.” *Calyptra* 2(2):1–12.

Hanaysha, Jalal Rajeh. 2022. “Impact of Social Media Marketing Features on Consumer’s Purchase Decision in the Fast-Food Industry: Brand Trust as a Mediator.” *International Journal of Information Management Data Insights* 2(2):100102. doi: 10.1016/j.jjime.2022.100102.

Herianto, Michael, and Janti Gunawan. 2020. “Identifikasi Karakteristik Pada Industri Restoran Di Surabaya.” *Jurnal Sains Dan Seni ITS* 8(2). doi: 10.12962/j23373520.v8i2.48350.

Intan N N, Annisa, and Rah Utami Nugrahani. 2021. “Social Media Marketing @Reuse.Able Di Instagram Social Media Marketing @Reuse.Able on Instagram.” *E-Proceeding of Management* 8(4):4149–60.

Khan, Muhamad Nafis, and Rici Solihin. 2023. “Implementasi Business Model Canvas Pada Bisnis Kuliner Maem Bread and Milk.” *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)* 5(1):52. doi: 10.32897/jemper.v5i1.2644.

Kristiana, Yustisia, Michael Thomas Suryadi, and Samuel Riyandi Sunarya. 2018. “<div Class="csl-Entry">Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 9(1).</Div>.” *Jurnal Khasanah Ilmu* 9(1).

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Muhammad Nusrang, Muh. Fahmuddin, and Hardianti Hafid. 2023. “Penerapan Metode Structural Equation Modelling-Partial Least Squares (Sem-Pls) Dalam Mengevaluasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pdrb Di Indonesia.”

Laras Auliya, 2025

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DENGAN MEDIASI BRAND AWARENESS TERHADAP PURCHASE DECISION DI SUIIS BUTCHER STEAK HOUSE KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Seminar Nasional Dies Natalis 62 1:543–48. doi: 10.59562/semnasdies.v1i1.1088.

Mutiara Dini, Ananda, and Agus Abdurrahman. 2023. “The Influence of Social Media Marketing on Purchasing Decisions Is Influenced by Brand Awareness in Avoskin Beauty Products.” *International Journal of Science, Technology & Management* 4(4):1009–14. doi: 10.46729/ijstm.v4i4.891.

Ramadayanti, Firda. 2019. “Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan Pembelian Produk.” *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 6(2):111–16. doi: 10.21107/jsmb.v6i2.6690.

Ratnasari, Kania, Levyda Levyda, and Giyatmi Giyatmi. 2020. “Wisata Kuliner Sebagai Penunjang Pariwisata Di Pulau Belitung.” *Jurnal Pariwisata Pesona* 5(2):93–106. doi: 10.26905/jpp.v5i1.4788.

Rohimah, Afifatur, Yusuf Hariyoko, and Beta Puspaning Ayodya. 2018. “Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata Melalui Pendekatan Community Based Tourism (CBT) Desa Carang Wulung Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang.” *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik* 4(4):363–68. doi: 10.21776/ub.jiap.2018.004.04.11.

Rohmatulloh, Iqbal Hanif, and Jaka Nugraha. 2022. “Penggunaan Learning Management System Di Pendidikan Tinggi Pada Masa Pandemi Covid-19: Model UTAUT.” *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)* 10(1):48–66. doi: 10.26740/jpap.v10n1.p48-66.

Rosdiana, Mutiara Firda, and Yulia Nur Hasanah. 2022. “The Influence of Social Media Marketing and Price on Purchase Decisions Through Brand Image as An Intervening Variable (Samsung Smartphone).” *Budapest International*

Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal) 5(3):23382–91.

Sholawati, Rochmatin Lailatis, and Monika Tiarawati. 2022. “Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Produk Di Restoran Fast Food.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 10:1098.

Sholiha, Eva Umami Nikmatu, and Mutiah Salamah. 2015. “Structural Equation Modeling-Partial Least Square Untuk Pemodelan Derajat Kesehatan Kabupaten/Kota Di Jawa Timur (Studi Kasus Data Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat Jawa Timur 2013).” *Jurnal Sains Dan Seni ITS* 4(2):169–74.

Siti Malihatun, Yusuf, F. A., & Umali Hayati. (2023). The role of gratitude, happiness, and the school environment on work discipline and the implications for teacher achievement. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHEs): Conference Series*, 7(2), 350–360. <https://jurnal.uns.ac.id/shes>

Sual, Cindy C. ..., and J. A. .. Kalangi. 2023. “Praktek Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Penempatan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Jamkrindo Cabang Manado.” *Productivity* 13(5):10–27.

Sudirjo, Frans, and yusuf sutaguna, silaningsih, akbarina. 2020. “The Influence of Social Media Marketing and Brand Image on Buying Decisions On.” *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* 2(3).

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Edisi Kedua. Bandung: Alfabeta.

Tangian, Diane. 2015. “Tahapan Pelayanan Restouran.” *Modul Gabung, Dr. DIANE TANGIAN, SH, M.SI* 1–58.

Tauran, Rishona Hanael, Dwi Retno Andriani, Agustina Shinta Hartati

Laras Auliya, 2025

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DENGAN MEDIASI BRAND AWARENESS TERHADAP PURCHASE DECISION DI SUIIS BUTCHER STEAK HOUSE KOTA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Wahyuningtyas, and Riyanti Isaskar. 2022. "The Effect of Social Media Marketing on the Purchase Decision of Kooka Coffee Products Using Brand Image As a Mediation Variable." *Agricultural Socio-Economics Journal* 22(3):223. doi: 10.21776/ub.agrise.2022.022.3.9.
- Utami R.A, and Kussudyarsana. 2024. "Analisis Efektivitas Kampanye Pemasaran Storytelling Pada Platform Azarine Cosmetic Untuk Meningkatkan Brand Image Dan Brand Trust Sebagai Mediasi Terhadap Niat Pembelian Konsumen." *Jurnal Akuntansi Dan Pajak* 25(02):1–6.
- Wardhana, Aditya. 2024a. *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace*.
- Wardhana, Aditya. 2024b. *Operasionalisasi Variabel Dalam Penelitian Kuantitatif*.
- Wijayanti, Ani, Program Studi, Perhotelan Universitas, Bina Sarana, and Pariwisata Kota. 2020. "Jurnal Refensi (Kuliner) 489966-None-7a18F9Ba." *Khasanah Ilmu : Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 11(1):74–82. doi: 10.31294/khi.v11i1.7998.
- Yodi, Pratama, Fachrurazi, Sani Indra, Abdullah Muhammad al faruq, and Novianty Henny. 2023. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran (Analisis Dan Strategi Di Era Digital)* Penerbit Cv.Eureka Media Aksara.
- Yuhana, Dedy Setiawan*, Pradita Eko Prasetyo Utomo Sistem. 2024. "Analisis Sistem E-Dimas Universitas Jambi Dengan Pendekatan HOT-FIT Model." *Jurnal Sistem Informasi Bisnis* 14(1):1–11. doi: 10.21456/vol14iss1pp77-87.