

## ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing yang dilakukan* oleh kedai susu mommilk akan berpengaruh terhadap pembentukan *Word Of mouth* dan *brand awareness*, dan juga hubungan antara brand awareness dan word of mouth terhadap minat beli.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas diponegoro yang menggunakan social media Instagram dan mengetahui akun instagram @mommilk\_semarang. Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* dengan pengambilan sampling menggunakan *non probability sampling* dan metode analisis Uji Maximum Likelihood dengan program AMOS 2.0

Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa *social media marketing* berpengaruh positif terhadap *Brand Awareness* dan *Word Of mouth*. sedangkan *social media marketing* berpengaruh paling besar terhadap *word of mouth* lalu *social media marketing* terhadap *Brand Awareness*.

Keywords : Social media, Brand awareness, Word Of Mouth dan Minat beli