

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial dan *word of mouth* terhadap tingkat penjualan dengan *brand awareness* sebagai variabel intervening pada Toko Dubai smartphone Padang. Penelitian ini menggunakan metode teknik slovin sampling untuk penentuan sampel dengan populasi sebanyak 2.632 orang pembelian dalam 5 tahun belakang dan sampel sebanyak 100 responde (semua pembelian) dengan menggunakan teknik kuantitatif. Metode pengumpulan data melalui survei dan menyebarkan kuesioner kepada konsumen sebagai responden. Teknik analisa data yang digunakan adalah Analisis *structural Equation Modeling* (SEM) Dengan *Partial Least Square* (PLS) 3.0.

Hasil penelitian menunjukan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Media Sosial terhadap *Brand Awareness* pada Toko Dubai Smartphone Padang. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Word Of Mouth* terhadap *Brand Awareness* pada Toko Dubai Smartphone Padang. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Media Sosial terhadap Tingkat Penjualan pada Toko Dubai Smartphone Padang. Terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara *Word Of Mouth* terhadap Tingkat Penjualan pada Toko Dubai Smartphone Padang. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Brand Awareness* terhadap Tingkat Penjualan pada Toko Dubai Smartphone Padang. *Brand Awareness* memediasi Media Sosial terhadap Tingkat Penjualan. *Brand Awareness* memediasi *Word Of Mouth* terhadap Tingkat Penjualan (*Full mediasi*).  
**kata kunci: Tingkat Penjualan, Media Sosial, Word Of Mouth, Brand Awareness**

## **ABSTRAK**

*The purpose of this study was to determine the effect of social media and word of mouth on the level of sales with brand awareness as an intervening variable at the Padang smartphone Dubai Shop. This study used the slovin sampling technique for determining the sample with a population of 2,632 people purchasing in the past 5 years and a sample of 100 respondents (all purchases) using quantitative techniques. Methods of collecting data through surveys and distributing questionnaires to consumers as respondents. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM) Analysis with Partial Least Square (PLS) 3.0.*

*The results of the study indicate that there is a positive and significant influence between Social Media on Brand Awareness at the Dubai Smartphone Padang Store. There is a positive and significant influence between Word of Mouth on Brand Awareness at the Dubai Smartphone Padang Store. There is a positive and significant influence between Social Media on the Level of Sales at the Dubai Smartphone Store Padang. There is a negative and insignificant influence between Word of Mouth on the Level of Sales at the Store Dubai Smartphones Padang. There is a positive and significant influence between Brand Awareness on the Level of Sales at the Dubai Smartphone Padang Store. Brand Awareness mediates Social Media to Sales Levels. Brand Awareness mediates Word Of Mouth to Sales Levels (Full mediation).*

***keywords: Sales Level, Social Media, Word Of Mouth, Brand Awareness***