

ABSTRAK

Dalam memperkenalkan sebuah bisnis, pelaku usaha perlu menentukan identitas terlebih dahulu mulai dari nama, logo, slogan, dll karena identitas dianggap dapat mewakili apa yang organisasi inginkan dari mereknya. Penelitian yang memiliki lokasi di Masjid Saka Tunggal ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh identitas brand dan *social media marketing*, terhadap minat berkunjung kembali dengan citra merek sebagai variabel mediasi. Jumlah responden yang ada sebanyak 126 responden yang diambil menggunakan teknik random sampling. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek mampu memediasi hubungan identitas brand terhadap minat berkunjung kembali dan *social media marketing* terhadap minat berkunjung kembali. Diantara tujuh hipotesis yang diajukan terdapat satu hipotesis yang ditolak yaitu mengenai pengaruh Identitas Brand terhadap Citra Merek.

Kata Kunci : Identitas Brand, Social Media Marketing, Citra Merek, Minat Berkunjung Kembali, Masjid Saka Tunggal