

**PENGARUH KEGIATAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KESADARAN MEREK, CITRA MEREK DAN LOYALITAS MEREK
(Studi Pada Merek Scarlett)**

***THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES ON BRAND
AWARENESS, BRAND IMAGE AND BRAND LOYALTY***

(Study on Brand Scarlett)



Disusun Oleh:

MUSYARIFAH DAMAYANTI

NIM. 20190410173

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

SKRIPSI
PENGARUH KEGIATAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KESADARAN MEREK, CITRA MEREK DAN LOYALITAS MEREK

(Studi Pada Merek Scarlett)

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES ON BRAND
AWARENESS, BRAND IMAGE AND BRAND LOYALTY

(Study on Brand Scarlett)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

MUSYARIFAH DAMAYANTI

20190410173

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2023

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Musyarifah Damayanti

Nomor Mahasiswa : 20190410173

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KEGIATAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KESADARAN MEREK, CITRA MEREK DAN LOYALITAS MEREK (Studi pada merek Scarlett)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 6 Maret 2023



Musyarifah Damayanti

MOTTO

“Pembelajaran tidak didapat dengan kebetulan. Ia harus dicari dengan semangat dan disimak dengan tekun”

-Abigail Adams-

“Hiduplah seolah engkau mati besok. Belajarlah seolah engkau hidup selamanya”

-Mahatma Gandhi-

“Pendidikan adalah senjata paling mematikan di dunia karena dengan pendidikan, Anda dapat mengubah dunia”

-Nelson Mandela-

“Sukses bukanlah hal yang kebetulan. Sebab, kesuksesan terbentuk dari kerja keras, pembelajaran, pengorbanan, dan cinta yang ingin kamu lakukan”

-Pele-

“Hal hebat tidak dilakukan tiba-tiba, tetapi dilakukan dengan serangkaian hal-hal kecil”

-Vincent van Gogh-

PERSEMBAHAN

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, dan rahmat sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KEGIATAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KESADARAN MEREK, CITRA MEREK DAN LOYALITAS MEREK (Studi pada merek Scarlett)”** Skripsi ini saya persembahkan untuk segala pihak yang sudah membantu saya :

1. Cinta pertamaku dan panutanku, Ayahanda Darman, A.Md.Pd. terimakasih banyak penulis ucapkan kepada beliau, karena sudah mendidik, memberikan motivasi, semangat, serta doa-doa selama perkuliahan ini. Terimakasih sudah memberikan fasilitas sehingga penulis bisa mengenyam gelar sarjana, dan merasakan menjadi mahasiswa. Terimakasih sudah sangat sabar dalam mendidik penulis sejak dini hingga sekerang menyanggah gelar sarjana. Terimakasih ayah sudah menjadi tempat pulang ternyaman bagi penulis.
2. Pintu syurgaku, Ibunda Rumsinah, S.Pd. terimakasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk semangat, bantuan serta doa-doa yang diberikan selama ini. Terimakasih atas segala nasihat yang di berikan selama ini meski terkadang kita selalu berbeda pendapat. Terimakasih atas segala kesabaran dan kebesaran hati untuk menghadapi penulis yang sangat keras kepala. Terimakasih Ibu sudah menjadi penguat serta pengingat bagi penulis selama ini, serta menjadi tempat pulang ternyaman bagi penulis.
3. Kakak-kakak tersayangku, M. Aris Rumansyah, S.Pd., Marisa Agistia, S.H., Nurmaila Viyantini, S.Tr.Keb., dan Erwin Setiawan. Terimakasih yang sebesar-besarnya sudah selalu memberikan dukungan, doa-doa, serta

semangat kepada penulis selama ini. Terimakasih sudah menjadi kakak-kakak dengan versi paling terbaik yang penulis kenal.

4. Hanif Anshary AT-Tamimi S.E, yang selalu memberikan motivasi serta inspirasi untuk terus melangkah maju kedepan. Terimakasih selama ini sudah bersedia menjadi teman bertukar pikiran, tempat meluapkan keluh kesah, menjadi support system terbaik bagi penulis selama perkuliahan dan menyelesaikan skripsi hingga penulis mengenyam gelar sarjana. Terimakasih atas segala doa-doa dan hal baik yang diberikan kepada penulis selama ini.
5. Ponakan-ponakan tercintaku, terimakasih banyak sudah ikut andil dalam masa-masa study penulis selama ini, terimakasih sudah menjadi penghibur terbaik dikala penulis merasa lelah. Kelak semoga kalian tumbulah menjadi anak-anak baik yang sholeh dan sholehah.
6. Sahabat-sahabatku yang tidak bisa disebutkan satu-satu, terimakasih banyak atas segala bantuan kalian kepada penulis selama perkuliahan hingga selesainya skripsi ini. Terimakasih kalian sudah menjadi teman terbaik diperantauan ini, terimakasih sudah menjadi pengingat, penghibur, serta menjadi teman bertukar pikiran selama kuliah.
7. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terimakasih sudah membantu dan memberikan semangat kepada penulis selama ini.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak Kegiatan Pemasaran media sosial Terhadap Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Loyalitas Merek. Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat umum di seluruh Indonesia dengan usia > 17 tahun yang pernah melihat konten pemasaran media sosial Scarlett dan pernah melakukan pembelian produk Scarlett sebanyak 2 kali. Objek dalam penelitian ini adalah Scarlett. Sampel yang di gunakan sebanyak 210 responden dengan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan menggunakan software Smart PLS versi 3.0.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka diperoleh hasil kegiatan Pemasaran media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran Merek, Kegiatan Pemasaran media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek, Kegiatan Pemasaran media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek, Kesadaran Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Citra Merek, Kesadaran Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek, Kegiatan Pemasaran media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Merek di mediasi oleh Kesadaran merek, Kegiatan Pemasaran media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Merek di mediasi oleh Citra Merek, Kesadaran Merek tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Merek di mediasi oleh Citra Merek.

Kata Kunci: Kegiatan Pemasaran Media Sosial, Kesadaran Merek, Citra Merek, Loyalitas Merek

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty. The subjects in this study were the general public throughout Indonesia aged > 17 years who had seen Scarlett's social media marketing content and had purchased Scarlett products twice. The object in this research is Scarlett. The sampels used were 210 respondents with a non-probability sampling technique using purposive sampling method. The analysis tool used is SEM (Structural Equation Modeling) using Smart PLS version 3.0 software.

Based on the analysis that has been carried out, the results of Social Media Marketing activities have a positive and significant effect on Brand Awareness, Social Media Marketing Activities have a positive and significant effect on Brand Image, Social Media Marketing Activities have a positive and significant effect on Brand Loyalty, Brand Awareness has a positive and significant effect on Brand Image, Brand Awareness has a positive and significant effect on Brand Loyalty, Brand Image has a positive and significant effect on Brand Loyalty, Social Media Marketing Activities has a significant positive effect on Brand Loyalty mediated by Brand Awareness, Social Media Marketing Activities has a positive and significant effect on Loyalty Brand is mediated by Brand Image, Brand Awareness has no effect on Brand Loyalty mediated by Brand Image.

Keywords: Social Media Marketing Activities, Brand Awareness, Brand Image, Brand Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan serta panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan dan melimpah kemudahan, karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kegiatan Pemasaran media sosial Terhadap Kesadaran Merek, Citra Merek Dan Loyalitas Merek” dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya SE., M.Sc., Ph.D., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan, dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bimbingan dan dukungan kepada para mahasiswa Manajemen.

3. Bapak Drs. Misbahul Anwar, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi, dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penulisan skripsi ini.
4. Segenap dosen pengajar di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang sudah memberikan ilmu yang luar biasa.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan, dan semangat kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini, yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penyusunan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat kekurangan didalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan, tidak lupa harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 6 Maret 2023



Musyarifah Damayanti

DAFTAR ISI

COVER	i
SKRIPSI.....	ii
MOTTO	vi
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Pertanyaan Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Kerangka Teori.....	10
B. Landasan Teori	10
C. Penelitian Terdahulu.....	20
D. Penurunan Hipotesis	30
E. Model Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Jenis Penelitian	40
B. Objek dan Subjek Penelitian	40
C. Jenis Data	40
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Definisi Operasional Variabel	43
G. Uji Kualitas Instrumen	45
H. Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Gambaran Umum Objek / Subjek Penelitian	54
B. Hasil Penelitian.....	62

C. Pembahasan	79
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	91
A. Simpulan.....	91
B. Keterbatasan Penelitian	93
C. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pengguna internet dan media sosial di Indonesia tahun 2022	2
Tabel 1. 2 Merek perawatan tubuh terlaris di Indonesia.....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	44
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4. 3 Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4. 4 Karakter Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4. 5 Karakter Responden Berdasarkan Penghasilan.....	62
Tabel 4. 6 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	63
Tabel 4. 7 Outer loading.....	67
Tabel 4. 8 Outer loading model modifikasi.....	68
Tabel 4. 9 Average Variance Extracted (AVE)	68
Tabel 4. 10 Fornell-Larcker	70
Tabel 4. 11 Cross Loading	70
Tabel 4. 12 Cronbachs Alpha dan Composite Reliability.....	72
Tabel 4. 13 Nilai Adjusted R-Square	72
Tabel 4. 14 Path Coefficient.....	74
Tabel 4. 15 Specific Indirect Effects.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	38
Gambar 4. 1 Produk Scarlett	54
Gambar 4. 2 Logo Scarlett	55