

**ANALISIS PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PERSEPSI KUALITAS PRODUK, KESADARAN MEREK DAN
LOYALITAS MEREK
(Studi pada Pelanggan Nadiraa Hijab)**

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON
PERCEIVED PRODUCT QUALITY, BRAND AWARENESS AND BRAND
LOYALTY
(Study at Nadiraa Hijab Customers)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Gelar Sarjana Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

LILIS KURNIAWATI

20200410264

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

2023

PERNYATAAN

Dengan ini Saya,

Nama : Lilis Kurniawati

Nomor Induk Mahasiswa : 20200410264

Menyatakan bahwa skripsi ini berjudul “**Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Persepsi Kualitas Produk, Kesadaran Merek dan Loyalitas Merek (Studi pada Pelanggan Nadiraa Hijab)**” tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang 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, 10 November 2023



Lilis Kurniawati

HALAMAN MOTTO

Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tetapi, gelombang-gelombang itu yang bisa kau ceritakan

(Boy Candra)

Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*, jadi berjuanglah untuk diri sendiri, walaupun engga ada yang tepuk tangan, kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Jadi tetap berjuang ya.

Hadiah terbaik adalah apa yang kamu miliki, dan takdir terbaik adalah apa yang sedang kamu jalani

(Ust. Agam Fachrul)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji syukur bagi Allah SWT atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya, proses dalam penyusunan tugas akhir (skripsi) ini tentunya tidak lepas dari segala bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga penyusunan tugas akhir (skripsi) ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayahanda tercinta (Lilik Juwanto) orang yang hebat yang selalu menjadi penyemangat dalam hidup Saya, sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memotivasi Saya. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan Saya. Terimakasih untuk semuanya berkat do'a dan dukungan ayah Saya dapat berada di titik ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi untuk selalu ada dalam setiap perjalanan dan pencapaian hidup Saya.
Iloveyou more more more.
2. Wanita cantik Almh. ibunda Kojaroh orang yang paling saya rindukan, yang sangat Saya cintai, sayangi dan yang paling berarti dalam hidup Saya, yang selama hidupnya selalu senantiasa memberikan do'a yang luar biasa dan memberikan kasih sayangnya dengan penuh cinta. Terimakasih telah mengantarkan saya ke tahap ini, walaupun pada akhirnya saya harus berjuang sendiri tanpa kau temani lagi.
3. Adik kandung Saya Dela Puspita Sari. Terimakasih atas semangat dan sayang yang telah diberikan kepada Saya. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat, raihlah cita-cita yang selama ini diimpikan.

4. Keluarga besar Saya yang telah memberikan do'a dan dukungan serta motivasi kepada Saya hingga saat ini.
5. Sahabat dan teman-teman sekolah hingga kuliah, teman-teman seperjuangan Saya yang telah dengan sabar menemani kegundahan maupun keceriaan hari-hari Saya. Terimakasih telah selalu memberi *support* kepada Saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya telah memberikan kesehatan, kesempatan, kemudahan, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Persepsi Kualitas Produk, Kesadaran Merek, dan Loyalitas Merek (Studi pada Pelanggan Nadiraa Hijab)”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja pemasaran dan memberikan ide pengembangan penelitian bagi mahasiswa/i.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P. IPM., ASEAN, Eng. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Dr. Rr Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

4. Bapak Drs. Misbahul Anwar, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing saya yang penuh kesabaran dalam memberikan petunjuk, masukan dan nasihat selama proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.
5. Bapak dan Almh. Ibu serta keluarga besar yang telah memberikan dorongan, semangat, serta do'a sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi tepat waktu.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan semangat serta mendoakan dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan tugas akhir (skripsi) ini. Oleh karena itu kritik, saran dan pengembangan penelitian sangat diperlukan untuk memperdalam penelitian dalam topik ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Yogyakarta, 10 November 2023

Penulis



Lilis Kurniawati

DAFTAR ISI

JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	
PERNYATAAN.....	
HALAMAN MOTTO	i
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ii
INTISARI.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	19
C. Penurunan Hipotesis	36
D. Model Penelitian	48
BAB III METODE PENELITIAN	49
A. Objek dan Subjek Penelitian	49
B. Jenis Data	49
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	50
D. Teknik Pengumpulan Data.....	52
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	53
F. Uji Kualitas Instrumen	54

G. Analisis Data dan Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
A. Gambaran Umum Objek/Subjek Penelitian	65
B. Uji Kualitas Instrumen	72
C. Hasil Penelitian	74
D. Pengujian Hipotesis.....	87
E. Pembahasan (Interpretasi).....	94
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN....	102
A. Simpulan	102
B. Keterbatasan Penelitian	104
C. Saran/Implikasi Kebijakan	104
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Skala Likert	53
Tabel 3. 2 Definisi Oprasional	53
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	67
Tabel 4. 2 Interpretasi Kelas Interval	69
Tabel 4. 3 Deskriptif Variabel Pemasaran Media Sosial	69
Tabel 4. 4 Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas Produk	70
Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Kesadaran Merek	70
Tabel 4. 6 Dwsriptif Variabel Loyalitas Merek	71
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	72
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian <i>Outlier</i>	79
Tabel 4. 11 Identifikasi Model Struktural	81
Tabel 4. 12 Menilai <i>Goodness of Fit</i>	82
Tabel 4. 13 Hasil RMSEA	83
Tabel 4. 14 Hasil GFI.....	84
Tabel 4. 15 Hasil AGFI.....	84
Tabel 4. 16 Hasil CMIN/DF	85
Tabel 4. 17 Hasil TLI	86
Tabel 4. 18 Hasil CFI.....	86
Tabel 4. 19 Hasil Pengujian Hipotesis	87
Tabel 4. 20 Hasil Sobel	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data produk <i>fashion</i> muslim	6
Gambar 1.2 Data pertumbuhan <i>fashion</i> muslim	7
Gambar 1.3 Pemasaran media sosial Nadiraa Hijab Yogyakarta	7
Gambar 2.1 Model penelitian.....	48
Gambar 4. 1 Persamaan Struktural.....	75
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	76
Gambar 4. 3 Nilai Batas <i>Mahalanobis Distance</i>	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 2: Tabulasi Data Penelitian.....	113
Lampiran 3: Karakteristik Responden	119
Lampiran 4: Uji Deskriptif.....	121
Lampiran 5: Uji Validitas.....	123
Lampiran 6: Uji Reliabilitas.....	124
Lampiran 7: Analisis Data SEM	125
Lampiran 8: Normalitas	127
Lampiran 9: Uji <i>Outlier</i>	128
Lampiran 10: <i>Degre OF Freedom</i> (GOF).....	133
Lampiran 11: <i>Goodnes of Fit</i>	134
Lampiran 12: Uji Hipotesis.....	137
Lampiran 13: Sobel Test	138
Lampiran 14: Hasil Turnitin.....	139