

**PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP LOYALITAS  
MEREK YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN MEREK  
(Studi pada *Followers* Instagram Bento Kopi)**

***THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON BRAND LOYALTY  
MEDIATED BY BRAND TRUST  
(Study on Bento Kopi Instagram Followers)***

**SKRIPSI**

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



Disusun Oleh:

**Restudy Mutia M.N  
20170410164**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2021**

## HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,  
Nama : Restudy Mutia M.N

NIM : 20170410164

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **"Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyaliats Merek yang dimediasi oleh Kepercayaan Merek(Studi pada Followers Instagram Bento Kopi)"** 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 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, 14 Agustus 2021



Restudy Mutia M.N

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi. Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Keluarga saya ibu Mimin Rasmini dan bapak Munir Parmono selaku kedua orang tua saya yang telah mendidik dan membesarkan saya sampai saat ini dengan penuh cinta dan kasih sayang, orangtua yang selalu mengingatkan saya, memberi saya motivasi untuk tetap semangat dan menasehati saya untuk tidak lupa selalu meminta kepada Allah SWT dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Kepada kakak saya Dewangga Putra Praxindo dan adik Pramesty Dyah Wardhani yang selalu setiap hari memberi saya semangat untuk tidak menyerah selalu berdoa jangan lupa sama Allah Swt

Teruntuk saudara, sahabat, teman-teman seperjuangan, Almamater tercinta terimakasih telah memberikan tempat kepada saya dalam menimba ilmu, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat-Nya dalam penulisan skripsi dengan judul “**Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Loyaliats Merek yang dimediasi oleh Kepercayaan Merek (Studi pada *Followers* Instagram Bento Kopi)**” sehingga dapat berjalan dengan mudah.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberi referensi dan kontribusi serta masukan bagi Warung Kopi Klotok dalam pengambilan keputusan dan juga pengembangan dipenelitian selanjutnya.

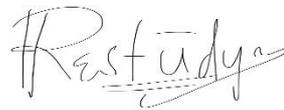
Penyelesaian skripsi ini, tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., IPM, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memimpin universitas dalam mencapai visi dan misi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya untuk mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si., selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya untuk mahasiswa Program Studi Manajemen.
4. Sutrisno Wibowo S.E., M.M , selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan ilmu dan mengorbankan waktu serta tenaganya kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Kepada kedua orang tua, ayah dan ibu yang selalu memberikan dukungan dan do’a terbaiknya selama proses pembelajaran sampai pada tahap akhir penyusunan skripsi.

6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penulisan skripsi ini..

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun kiranya dapat menjadi satu sumbangan yang berarti. Sebagai kata akhir, peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 14 Agustus 2021



Restudy Mutia Marna Nurhani

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Landasan Teori.....	7
1. <i>Customer Relationship Marketing(CRM)</i> .....	7
2. <i>Pemasaran Media Sosial</i> .....	8
3. <i>Loyalitas Merek</i> .....	9
4. <i>Kepercayaan Merek</i> .....	9
B. Penelitian Terdahulu.....	10
C. Pengembangan Hipotesis.....	16
D. Model penelitian .....	20
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	32
B. Jenis Data .....	32
C. Populasi dan Sampel.....	33
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	33
E. Teknik Pengumpulan Data .....	35

F. Definisi Operasional Variabel.....	36
G. Uji Kualitas Instrumen .....	37
H. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>44</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	44
<b>B. Pengumpulan Data Responden .....</b>	<b>46</b>
<b>C. Karakteristik Responden.....</b>	<b>46</b>
<b>D. Uji Kualitas Instrumen .....</b>	<b>48</b>
<b>E. Hasil Uji Statistik Dekskriptif .....</b>	<b>50</b>
<b>F. Hasil analisis dan uji hipotesis.....</b>	<b>53</b>
<b>G. Pembahasan dan Analisis Data.....</b>	<b>58</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>63</b>
<b>SIMPULAN, KETERBATASAS PENELITIAN DAN SARAN.....</b>	<b>63</b>
A. SIMPULAN .....	63
B. KETERBATASAN PENELITIAN .....	63
C. SARAN .....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>69</b>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 jumlah restoran dari tahun 2017-2020.....	02
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	10-16

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Penelitian.....20

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian .....	70
Daftar Kuesioner .....	72
Lampiran 2 Uji Karakteristik Responden .....	74
Lampiran 3 Uji Kualitas Instrumen .....	75
Lampiran 4 Hasil Uji Deskriptif .....	80
Lampiran 5 Hasil Analisis Uji Regresi .....	81