

**KOLABORASI RISET DOSEN DAN MAHASISWA**

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP  
KESADARAN MEREK, CITRA MEREK YANG BERDAMPAK PADA  
KEPUASAN PELANGGAN PRODUK BATIK KENCANA UNGU**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh:

**KEVIN ADI WIDJOYO**

**2016210316**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2020**

**KOLABORASI RISET DOSEN DAN MAHASISWA**

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP  
KESADARAN MEREK, CITRA MEREK YANG BERDAMPAK PADA  
KEPUASAN PELANGGAN PRODUK BATIK KENCANA UNGU**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh:

**KEVIN ADI WIDJOYO**  
**2016210316**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2020**

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP  
KESADARAN MEREK, CITRA MEREK YANG BERDAMPAK PADA  
KEPUASAN PELANGGAN PRODUK BATIK KENCANA UNGU**

**HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI**

Diajukan oleh:

**KEVIN ADI WIDJOYO**

**NIM : 2016210316**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing

Tanggal : 29 Januari 2020

  
(Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi, M.M.)

**NIDN : 0725046601**



## SKRIPSI

### **PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KESADARAN MEREK, CITRA MEREK YANG BERDAMPAK PADA KEPUASAN PELANGGAN PRODUK BATIK KENCANA UNGU**

Diajukan oleh:

**KEVIN ADI WIDJOYO**  
**NIM : 2016210316**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 03 Februari 2020

Tim Penguji

Ketua : Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., M.H. ....

Sekretaris : Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M. ....

Anggota : Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M. ....

Nama : Kevin Adi Widjoyo

Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 05 April 1998

N.I.M : 2016210316

Program Studi : Manajemen

Program Pendidikan : Sarjana

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul : Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Kesadaran Merek dan Citra Merek yang Berdampak pada Kepuasan Pelanggan Produk Batik Kencana Ungu

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen      Dosen Pembimbing,  
Tanggal :    Tanggal :

**Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi, M.M.**

## MOTTO

**"YOUR BEST IS GOOD ENOUGH"**

Dengan penuh rasa syukur skripsi ini dapat diselesaikan. Selama 3,5 tahun saya menjalani kuliah dengan baik dan lancar berkat usaha dan doa kepada Allah SWT. Dengan waktu yang singkat ini saya dapat membentuk pribadi saya sebagaimana menjadi pribadi lebih baik. Banyak pengalaman yang dapat saya ambil diawali menjadi panitia dalam kegiatan-kegiatan mahasiswa, menjadi Manajer UKM Tennis Lapangan, Koordinator Mentor SSM 2018, Koordinator Utama Harmoni 2019 yang banyak sekali menjadi pembelajaran untuk saya. terimakasih untuk orang-orang sekitar saya yang turut membantu melaksanakan amanah ini.

---

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya pihak- pihak yang ada disekitar saya. Begitu banyak hal yang saya lalui dalam pengerjaan skripsi ini, oleh karena itu saya persembahkan dan dedikasikan skripsi beserta terima kasih didalamnya kepada:

1. Allah SWT yang telah membantu saya dalam menyelesaikan kuliah beserta skripsi ini selama 3.5 tahun.
2. Mama, Papa, Keluarga. Terima kasih yang telah membantu sampai pada titik ini serta mendoakan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.

3. Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi, M.M. sebagai pembimbing yang mau membantu memberi masukan kepada saya dan teman-teman yang lain menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Mellyza Silvy, SE., M.Si sebagai dosen wali. Terimakasih sudah membantu dalam kegiatan kemahasiswaan saya selama 3,5 tahun.
5. Dosen dan Staff STIE Perbanas Surabaya (Bu Putri, Bu Laela, Pak Romi, Pak Cholis, Pak Kadek, Bu Narti, Bu Zakiah, dll.) terimakasih telah mempercayakan dan memberi ilmu kepada saya dalam berorganisasi.
6. Teman – teman kolaborasi (Adelly dan Billi) Terima kasih sudah saling membantu sama lain dan saling *support* dalam penyelesaian skripsi kolaborasi ini.
7. Terimakasih Rika Dewi membantu dan menemani Kevin dalam menjalani kuliah selama 3,5 tahun ini.
8. Keluarga Besar UKM Tenis Lapangan. Terimakasih untuk pengalaman luar biasa dan telah mempercayakan Kevin sebagai manajer pada periode tersebut. Terimakasih kepada (Hussein, Monika, Salsa, dan Lisa) selaku BPH. Terimakasih kepada seluruh pengurus, anggota, dan ketua pelaksana periode 2018/2019 tanpa bantuan teman-teman semua Kevin tidak akan bisa menyelesaikannya.

9. Mentor SSM 2018. Terimakasih sudah mempercayakan Kevin sebagai Koordinator mentor dalam kegiatan ini.
10. SSM 2019. (Ongky, Galuh, Shania, Ami, Faris, Sholeh, Saidul, Ima, Turaichan) terimakasih sudah membuat kebahagiaan dan keceriaan dalam berorganisasi sebagai MP. Terimakasih untuk Fahrizal, Bayu dan teman mentor yang lain telah membantu saya untuk menjadi pribadi yang lebih baik lagi ketika saya menjadi MP.
11. Teman-teman manajer terimakasih telah bersama-sama belajar untuk menjadi pribadi yang baik, terimakasih untuk pengalamannya (Manajer Ormawa Periode 18/19)
12. Keluarga besar Harmoni 2018 dan Harmoni 2019. Terimakasih sudah menjadi tempat untuk belajar bersama. Terimakasih sudah mempercayakan Kevin sebagai Fasilitator dan Koordinator Utama.
13. Terimakasih untuk Mas dan Mba telah menjadi panutan dan mau berbagi cerita dalam membantu Kevin menjalani kegiatan di kampus, dan terimakasih pernah membantu Kevin dalam kegiatan akademik (Mas Miko, Mas Faris, Mas Aji, Mba Desti, Mba Liu, Mba Devi, Mas Tomi, Mba Tya, Mba Adhe, Mas Rizki Zainal, Mas Mus, Mas Ryan, dll.)
14. Teman-teman Keluar(ga) Berencana yang mau saling membantu dan menemani dari awal kuliah meskipun beda konsentrasi, beda kelas terimakasih sudah membuat perkuliahan menjadi lebih ceria



dan mudah (Ami, Tantri, Shania, Delpus, Dhea, Ulin, Titi, Windy,  
Alif, Ica, Basyir, Frs, Ketos, Teda, Blt, Anafi, Nyo, Noel)

15. Teman-teman perkuntulan yang menghibur saat senang maupun  
sedih (Bucek, Feryan)

Terima kasih banyak untuk semua pihak yang telah mendukung saya  
selama proses perkuliahan berlangsung hingga terselesaikannya skripsi  
ini.

Mohon maaf jika terdapat pihak yang tidak tercantum namanya dihalan  
persembahan.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami persembahkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan Proposal Skripsi dengan judul **“Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Kesadaran Merek, Citra Merek Yang Berdampak Pada Kepuasan Pelanggan”**. Penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian Program Pendidikan Program Studi Sarjana Manajemen di STIE Perbanas Surabaya. Penyusunannya dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari banyak pihak. Pada kesempatan ini dengan rasa hormat peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M. sebagai Dosen Pembimbing
2. Meliza Silvy, SE., M.Si. sebagai Dosen Wali
3. Bapak Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D Ketua Program Studi Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
4. Bapak Dr. Yudi Sutarso, SE., M.Si. Ketua STIE Perbanas Surabaya.

Walaupun demikian, dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari masih belum sempurna. Namun demikian adanya, semoga skripsi ini dapat dijadikan acuan tindak lanjut penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi kita semua.

Surabaya, 15 April 2019

Peneliti

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI... ..	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiviii
<i>ABSTRACT</i> .....	xviv
ABSTRAK.....	xvi
 BAB I    PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi .....	9
 BAB II    TINJAUAN PUSTAKA.....	 11
2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Landasan Teori.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.4 Hipotesis Penelitian.....	25
 BAB III    METODE PENELITIAN.....	 27
3.1 Rancangan Penelitian.....	27
3.2 Batasan Penelitian .....	28
3.3 Identifikasi Variabel.....	28

3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	29
3.5	Populasi, Sampel Dan Teknis Pengambilan Sampel.....	32
3.6	Instrumen Penelitian.....	34
3.7	Data dan Metode Pengumpulan Data .....	37
3.8	Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen Penelitian .....	38
3.9	Teknik Analisis Data .....	40
BAB IV	GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA ..	48
4.1	Gambaran Subyek Penelitian .....	48
4.2	Analisis Data .....	52
4.3	Pembahasan.....	66
BAB V	PENUTUP .....	75
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	76
5.3	Saran.....	77
DAFTAR RUJUKAN		
 LAMPIRAN		



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Perbandingan Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Sekarang	16
Tabel 3.1 : Kriteria Penilaian Indikator	32
Tabel 3.2 : Kisi Kisi Penyusunan Kuesioner	36
Tabel 3.3 : <i>Rule Of Thumb</i> Evaluasi <i>Outer Model</i>	44
Tabel 3.4 : <i>Rule Of Thumb</i> Evaluasi <i>Inner Model</i>	45
Tabel 4.1 : Pengukuran Tanggapan Hasil Analisis Deskriptif	53
Tabel 4.2 : Tanggapan Responden Terhadap Aktivitas Pemasaran Media Sosial	54
Tabel 4.3 : Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Merek	55
Tabel 4.4 : Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek	55
Tabel 4.5 : Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan	56
Tabel 4.6 : Uji Validitas Sampel Kecil	58
Tabel 4.7 : Tabel Uji <i>Convergent Validity</i>	59
Tabel 4.8 : Tabel Uji <i>Convergent Validity</i> Tanpa $Ms_5$	60
Tabel 4.9 : Tabel AVE Sampel Besar	61
Tabel 4.10 : Koefisien <i>Cronbach Alpha</i>	61
Tabel 4.11 : Uji Reliabilitas Pada Variabel Laten	62
Tabel 4.12 : <i>Path Coefficients, P-Values Dan R-Squared (<math>R^2</math>)</i>	63

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 : Media Sosial Populer Di Indonesia	2
Gambar 1.2 : Data Tren Media Sosial 2019	3
Gambar 1.3 : Data Lama Waktu Akses Media Sosial 2019	4
Gambar 1.4 : Media Sosial Batik Kencana Ungu	5
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Hasil <i>S.-C. Chen, C.-P. Lin</i> (2019)	11
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Hasil Yusuf Bilgin (2018)	13
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Hasil Sayed Hamid Khodadad Hosseini, Leila Behboudi (2017)	15
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran Kevin Adi Widjono (2019)	25
Gambar 3.1 : Gambar <i>Screening E-Mail Google Form</i>	35
Gambar 3.2 : Gambar Jalur Variabel	43
Gambar 4.1 : Diagram Responden Berdasarkan Usia	49
Gambar 4.2 : Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Gambar 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Media Sosial	52
Gambar 4.4 : Gambar Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	53
Gambar 4.5 : Hasil Estimasi Model Sampel Besar	63

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- LAMPIRAN 1 : Kuesioner Penelitian, Data Responden dan Tabulasi Sampel Kecil
- LAMPIRAN 2 : Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Sampel Kecil
- LAMPIRAN 3 : Kuesioner Sampel Besar
- LAMPIRAN 4 : Data Responden dan Tabulasi Sampel Besar
- LAMPIRAN 5 : Rekapitulasi Tanggapan Responden
- LAMPIRAN 6 : Data Statistik Tanggapan Responden
- LAMPIRAN 7 : Hasil Analisis PLS-SEM
- LAMPIRAN 8 : Hasil Estimasi Model



**THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES ON  
BRAND AWARENESS, BRAND IMAGES THAT IMPACT ON  
CUSTOMER SATISFACTION OF BATIK KENCANA UNGU**

KEVIN ADI WIDJOYO

2016210316

Email : [2016210316@students.perbanas.ac.id](mailto:2016210316@students.perbanas.ac.id)

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to examine the effect of social media marketing activities on brand awareness, brand image that has an impact on customer satisfaction of purple kencana batik products. The number of respondents from this study were 140 respondents who had a minimum age criteria of 18 years, used and knew the social media of Batik Kencana Ungu and lived in Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo and Lamongan. The technique for analyzing data uses Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using the WarpPLS 6.0 statistical application. The results of this study explain that: 1. Social Media Marketing Activities have a significant positive effect on Brand Awareness. 2. Social Media Marketing Activities have a significant positive effect on Brand Image. 3. Social Media Marketing Activities have a significant positive effect on Customer Satisfaction. 4. Brand Awareness has a significant positive effect on Customer Satisfaction. 5. Brand Image has a significant positive effect on Customer Satisfaction. 6. Brand Awareness has a significant positive effect on Brand Image.*

**Keywords: Social Media Marketing Activities, Brand Image, Brand Awareness, Customer Satisfaction.**



**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP  
KESADARAN MEREK, CITRA MEREK YANG BERDAMPAK PADA  
KEPUASAN PELANGGAN PRODUK BATIK KENCANA UNGU**

KEVIN ADI WIDJOYO

2016210316

Email : [2016210316@students.perbanas.ac.id](mailto:2016210316@students.perbanas.ac.id)

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh aktivitas pemasaran media sosial terhadap kesadaran merek, citra merek yang berdampak pada kepuasan pelanggan produk batik kencana ungu. Jumlah responden dari penelitian ini adalah 140 responden yang memiliki kriteria berusia minimal 18 tahun, menggunakan dan mengetahui media sosial Batik Kencana Ungu dan tinggal di Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo dan Lamongan. Teknik untuk menganalisis data menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan menggunakan aplikasi statistika WarpPLS 6.0. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa: 1. Aktivitas Pemasaran Media Sosial berpengaruh positif signifikan terhadap Kesadaran Merek. 2. Aktivitas Pemasaran Media Sosial berpengaruh positif signifikan terhadap Citra Merek. 3. Aktivitas Pemasaran Media Sosial berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. 4. Kesadaran Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. 5. Citra Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. 6. Kesadaran Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Citra Merek.

Kata kunci: aktivitas pemasaran media sosial, citra merek, kesadaran merek, kepuasan pelanggan.