

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK
ADIDAS DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS MEREK
KONSUMEN**

PENELITIAN KOLABORASI

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Sarjana

Studi Manajemen



Oleh :

SHAVIRA WIDYA PUTRI

2017210172

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2021

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK
ADIDAS DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS MEREK
KONSUMEN**

PENELITIAN KOLABORASI

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Sarjana

Program Studi Manajemen



Oleh :

SHAVIRA WIDYA PUTRI

NIM : 2017210172

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2021

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK ADIDAS DAN
DAMPAKNYA PADA LOYALITAS MEREK KONSUMEN**

Diajukan oleh :

**SHAVIRA WIDYA PUTRI
2017210172**

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 11 Februari 2021

(Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi.,M.M)
NIDN:0725046601

SKRIPSI

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK ADIDAS DAN
DAMPAKNYA PADA LOYALITAS MEREK KONSUMEN**

Disusun oleh

SHAVIRA WIDYA PUTRI
2017210172

Dipertahankan didepan Tim Penguji
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi

pada tanggal 11 Februari 2021

Tim Penguji

Ketua : Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D

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

Anggota : Dr. Tjahjani Prawitowati, M.M., Psikolog

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Shavira Widya Putri
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 05 Oktober 1999
NIM : 2017210172
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial
Terhadap Kesadaran Merek dan Citra Merek Adidas
dan Dampaknya Pada Loyalitas Merek Konsumen

Disetujui dan diterima baik oleh:

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 08 Januari 2021

Tanggal : 08 Januari 2021

(Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D)

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

NIDN:0725046601

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Hidup itu seperti bidak catur. Manusia adalah pion di dalamnya.

Jika, kita tidak maju terlebih dahulu pasti jalan kita akan di rebut oleh orang lain. Tak apa berpikir santai tetapi fokus dan serius menghadapi peristiwa yang terjadi di masa depan.

Segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya, serta terimakasih sebesar-besarnya pada pihak yang senantiasa membantu dalam penyelesaian tugas akhir dan studi di STIE Perbanas Surabaya ini. Oleh karena itu, halaman ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang telah memberi saya hidayah dan pencerahan hingga menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak dan Ibu yang selalu menyertakan dalam doanya agar diri ini lulus dengan nilai yang baik serta lancar dalam mengerjakan skripsi.
3. Mbak Putri, makasih atas dukungannya dan mengingatkan agar tidak malas mengerjakan, tidak usah galau, jangan dipikir keras dan sebagainya.
4. Mas Didit, makasih banget laptopnya dipinjem dari jaman metodologi penelitian sampe sekarang buat mengerjakan.
5. Dosen pembimbing Ibu Prof. Tatik Suryani, Psi.,M.M yang selalu sabar membimbing saya dan memberi nasihat serta masukan tentang apa saja yang kurang dalam skripsi.
6. Dosen wali Dr. Drs. Ec. Herizon, M.Si yang selalu memberi saran selama 7 semester hingga perkuliahan saya lancar dan aman. Meskipun, bapak kelihatan killer tapi orang yang sabar menurutku.
7. Rekan sekolaborasiku satu-satunya di bimbingan Prof. Tatik dan menjadi tempat keluh kesahku, sabar banget kalau aku jelasin sambil emosi tapi dia gak paham: Arini Rizki Udayani, sebut saja Ai.
8. Teman-teman "NOMADEN" yang sama-sama berjuang lulus bersama dan saling curhat satu sama lain selam perkuliahan : Devy, Evien, Iva, Sela, Rere, Febri, Wafa, Agnes, Salsa, Melda, Novi. Willia dan seterusnya.
9. Teman KPOP yang setia mendukung sampe bosan tapi beda kampus dan juga teman online : Jelsy, Cantika, Uci, Michelle, Vivian, Diva, Nia, Mey, Dhea, Aura, Adinda dan seterusnya

Terimakasih untuk semua pihak yang belum saya sebutkan namanya satu persatu dalam halaman persembahan ini. Terimakasih atas kuliah 3,5 tahun ini. Semoga semua ilmu nya bermanfaat dan berguna bagi orang lain. AMIN!!

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penyusunan proposal skripsi yang berjudul **“Pengaruh Aktivitas Pemasaran Media Sosial Terhadap Kesadaran Merek dan Citra Merek Adidas dan Dampaknya pada Loyalitas Merek Konsumen”** ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya.

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penyusunan proposal ini mengalami banyak kendala, namun berkat bimbingan, kerjasama dan berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala tersebut dapat diatasi. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi.,M.M selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan dengan sabar dalam pengerjaan skripsi
2. Bapak Dr. Drs. Ec. Herizon, M.Si. selaku dosen wali yang telah membimbing peneliti selama menempuh studi di STIE Perbanas Surabaya
3. Kedua orang tua yang memberikan moril, materiil, arahan dan selalu mendoakan keberhasilan dalam pengerjaan skripsi.

Walaupun demikian, dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih belum sempurna. Sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat

membangun demi kesempurnaan skripsi ini serta dapat menambah wawasan bagi para pembaca.

Surabaya, 08 Januari 2021

Peneliti



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT/RINGKASAN.....	xiv
ABSTRAK/RINGKASAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Landasan Teori.....	23
2.3. Kerangka Pemikiran	32
2.4. Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Rancangan Penelitian.....	34
3.2. Batasan Penelitian.....	34
3.3. Identifikasi Variabel	35
3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	36

3.5. Populasi, Sampel dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6. Instrumen Penelitian	40
3.7. Data dan Metode Pengumpulan Data	44
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	45
3.9. Teknik Analisis Data	47
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	56
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	56
4.2 Analisis Data	59
4.3 Pembahasan.....	72
BAB V PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	80
5.3 Saran	81
DAFTAR RUJUKAN	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 : Top Brand Indeks Baju Olahraga Dari Tahun 2017-2020	5
Tabel 2. 1 : Perbedaan Dan Persamaan Antar Penelitian Terdahulu Dengan Sekarang	20
Tabel 3. 1 : Pengkategorian Skor	39
Tabel 3. 2 : Kisi-Kisi Kuesioner	42
Tabel 3. 3 : Rule Of Thumb Evaluasi Outer Model	53
Tabel 3. 4 : Rule Of Thumb Evaluasi Inner Model	53
Tabel 4. 1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4. 3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	58
Tabel 4. 4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli	59
Tabel 4. 5 : Kriteria Pengkategorian Skor	60
Tabel 4. 6: Tanggapan Responden Terhadap Aktivitas Pemasaran Media Sosial	61
Tabel 4. 7 : Tanggapan Responden Terhadap Kesadaran Merek	62
Tabel 4. 8 : Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek	63
Tabel 4. 9 : Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Merek	64
Tabel 4. 10 : Tabel Uji Convergent Validity Sampel Kecil	65
Tabel 4. 11 : Tabel Uji Convergent Validity Sampel Besar	66
Tabel 4. 12 : Uji Validity Diskriminan	67

Tabel 4. 13 : Koefisien Cronbach Alpha	68
Tabel 4. 14 : Uji Reliabilitas Pada Variabel Latent	68
Tabel 4. 15 : Path Coefficients Dan P-Value	70



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 : Media Sosial yang digunakan Adidas	3
Gambar 2. 1 : Kerangka Penelitian Yusuf Bilqin (2018)	12
Gambar 2. 2 : Bulut Dulek, Reha Saydan (2019)	14
Gambar 2. 3 : Eun-Ju Seo & Jin-Woo Park (2018)	16
Gambar 2. 4 : Hanna Suci Ramadhani, Helni Mutiarsih Jumhur, Soeparwoto Dharmoputra (2019)	18
Gambar 2. 5 : Kerangka Penelitian	32
Gambar 3. 1 : Pengaturan Pada Google Form	41
Gambar 3. 2 : Diagram Jalur Variabel	51
Gambar 4. 1 : Hasil Estimasi Model Sampel Besar	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Responden dan Tabulasi Data

Lampiran 3 Analisis Tanggapan Responden

Lampiran 4 Hasil Output SEM-PLS



**THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES ON
BRAND AWARENESS AND ADIDAS BRAND IMAGE AND ITS IMPACT
ON CONSUMER BRAND LOYALTY**

Shavira Widya Putri

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2017210172@students.perbanas.ac.id

Surabaya

ABSTRACT

This study analyzes the effect of social media marketing activities on brand awareness and brand image of Adidas and its impact on consumer brand loyalty. The survey was conducted with a total of 100 respondents who used social media, viewed Adidas social media, bought and used Adidas in Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo and Lamongan. The sampling technique used was convenience sampling with WarpPLS 7.0 as a tool.

The results of the research show that social media marketing activities have a significant effect on brand awareness and brand image, brand awareness has a significant positive effect on brand image, the effect of brand awareness is not significant on brand loyalty and brand image has a significant effect on brand loyalty.

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

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
KESADARAN MEREK DAN CITRA MEREK ADIDAS DAN
DAMPAKNYA PADA LOYALITAS MEREK KONSUMEN**

Shavira Widya Putri

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2017210172@students.perbanas.ac.id

Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh aktivitas pemasaran media sosial terhadap kesadaran merek dan citra merek Adidas dan dampaknya pada loyalitas konsumen. Survei dilakukan dengan total 100 responden yang menggunakan media sosial, mengetahui media sosial Adidas, membeli serta menggunakan Adidas di Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo dan Lamongan. Teknik sampel yang digunakan adalah *convenience sampling* dengan WarpPLS 7.0 sebagai alat bantu. Hasil dari penelitian bahwa Aktivitas Pemasaran Media Sosial berpengaruh signifikan positif terhadap Kesadaran Merek dan Citra Merek, Kesadaran Merek berpengaruh signifikan positif terhadap Citra merek, Efek Kesadaran Merek tidak signifikan pada Loyalitas Merek dan Citra Merek berpengaruh signifikan positif terhadap Loyalitas Merek.

Kata kunci : Aktivitas Pemasaran Media Sosial, Kesadaran Merek, Citra Merek, Loyalitas Merek.