

SKRIPSI

**ANALISIS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *BRAND EQUITY*
TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA INSTAGRAM AEROSTREET**



DISUSUN OLEH:

KRISHNA OKVAN FIYANTO

NIM: 205610006

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

PROGRAM SARJANA

FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI

UNIVERSITAS TEKNOLOGI DIGITAL INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

SKRIPSI

**ANALISIS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *BRAND EQUITY*
TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA INSTAGRAM AEROSTREET**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi

Program Sarjana

Program Studi Sistem Informasi

Fakultas Teknologi Informasi

Universitas Teknologi Digital Indonesia

Yogyakarta



Disusun Oleh:

KRISHNA OKVAN FIYANTO

NIM: 205610006

PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI

PROGRAM SARJANA

FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI

UNIVERSITAS TEKNOLOGI DIGITAL INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : **ANALISIS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN
BRAND EQUITY TERHADAP *BRAND
LOYALTY* PADA INSTAGRAM
AEROSTREET**

Nama : **KRISHNA OKVAN FIYANTO**

NIM : **205610006**

Program Studi : **Sistem Informasi**

Program : **Sarjana**

Semester : **GANJIL**

Tahun Akademik : **2023/2024**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan di hadapan Dewan Penguji Skripsi

Yogyakarta, Kamis 18 Januari 2024

Dosen Pembimbing,



Pulut Suryati, S.Kom., M.Cs

NIDN : 0015037802

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI



**ANALISIS SOCIAL MEDIA MARKETING DAN BRAND EQUITY
TERHADAP BRAND LOYALTY PADA INSTAGRAM AEROSTREET**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi dan dinyatakan
diterima untuk sebagian persyaratan guna memperoleh**

Gelar Sarjana Komputer

**Program Studi Sistem Informasi
Universitas Teknologi Digital Indonesia
Yogyakarta**

Yogyakarta, 18 Januari 2024

	Nama Dosen	NIDN	Tanda tangan
1	Ir. Totok Suprawoto, M.M., MT	0514125801	
2	Pulut Suryati, S.Kom., M. Cs	0015037802	

Mengetahui

Ketua Program Studi Sistem Informasi



25 JAN 2024

Deborah Kurniawati, S.Kom., M.Cs.

NPP: 051149

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah Skripsi ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sah diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Kamis 18 Januari 2024



Krishna Okvan Fiyanto

NIM: 205610006

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin,

Sujud syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan nikmat serta ridhonya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga dengan selesainya skripsi ini menjadi langkah awal untuk tercapainya impian dan cita-cita saya sehingga mampu menjadi hamba yang bertaqwa dan beramal solehah. Menjadi umat Nabi Muhammad yang mampu memberikan manfaat bagi umat lain. Dengan ini saya persembahkan Skripsi ini untuk:

1. Kepada kedua orang tua saya ayah, ibu, serta saudara saya yang selalu memberikan dukungan dan doa dan juga fasilitas untuk keberlangsungan Pendidikan saya. Terima kasih telah mendukung dan selalu mendoakan yang terbaik dalam saya mengejar Impian apapun itu.
2. Kepada ibu Pulut Suryati, S. Kom., M.Cs., yang telah membimbing saya dalam mengerjakan skripsi, selalu memberikan semangat dalam membuat skripsi dan tidak pernah bosan untuk mengingatkan, ucapan terima kasih juga untuk seluruh dosen bapak/ibu yang telah banyak dalam membantu perkuliahan saya.
3. Teman-teman saya yang ikut mendukung proses skripsi sampai selesai.

Terima kasih untuk semuanya.

MOTTO

Allahumma yassir walaa tu'assir

"Ya Allah, mudahkanlah dan janganlah engkau persulit"

"Karena sesungguhnya, dengan kesulitan akan ada kemudahan."

(QS. Al Insyirah: 5)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur atas Kehadirat Allah S.W.T yang telah melimpahkan segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang mana menjadi salah satu syarat program studi Sistem Informasi Strata-1 Universitas Teknologi Digital Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari peran berbagai pihak yang telah memberikan nasehat, masukan, bimbingan, dan dukungan. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Deborah Kurniawati, S.Kom, M.Cs., selaku ketua jurusan dan dosen wali yang sudah membantu dalam menyelesaikan dan memberikan masukan dalam penyelesaian penelitian ini.
2. Bapak Ir. Totok Suprawoto, M.M., M.T., selaku dosen penguji 1 yang sudah banyak memberikan pandangan dalam menyempurnakan penelitian ini.
3. Bapak Y. Yohakim Marwanta, S. Kom., M.Cs., selaku dosen penguji 2 yang sudah banyak memberikan pandangan dalam menyempurnakan penelitian ini.
4. Admin IG Aerostreet beserta jajaran manajemen yang telah memberikan izin menganalisis IG Aerostreet agar penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
5. Kepada Member Group Komunitas JUAL BELI AEROSTREET yang telah membantu mengisikan kuisioner pada penelitian ini.
6. Kepada orang tua saya bapak Budi Susilo dan ibu Yatinah yang sudah memberikan dukungan dan do'a kepada saya dalam menyusun penelitian ini.
7. Semua pihak yang mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak kekurangannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat menyempurnakan penulisan ini sehingga dapat bermanfaat dan berguna ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, Kamis 18 Januari 2024



Krishna Okvan Fiyanto

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
INTISARI.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Ruang Lingkup	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
1.6. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN DASAR TEORI.....	7
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.2. Landasan Teori	11
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1. Desain Penelitian	27
3.2. Bahan.....	27
3.3. Metode Pengumpulan Data	27
3.4. Populasi dan Sampel	28
3.5. Metode Analisis Data	29
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN	36
4.1. Implementasi	36
4.2. Analisis Demografis	37
4.3. Analisis Data Kuantitatif Data Menyeluruh.....	38
4.4. Analisis Data Kuantitatif Usia 21 – 30.....	46
4.5. Interpretasi dan Diskusi Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
5.1. Kesimpulan.....	56

5.2. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN.....	59

DAFTAR GAMBAR

Tabel 4.1 Grafik Jenis Kelamin Responden.....	38
Tabel 4.2 Grafik Usia Responden	39
Tabel 4.3 Grafik Pekerjaan Responden.....	39

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian terdahulu.....	9
Tabel 2.2 Skala Likert.....	22
Tabel 3.1 Indikator dari Variabel Penelitian.....	29
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Setiap Variabel.....	39
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Media Marketing</i>	39
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand equity</i>	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand loyalty</i>	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	41
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	42
Tabel 4,8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji t.....	44
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	45
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Setiap Variabel.....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Media Marketing</i>	46
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand equity</i>	47
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand loyalty</i>	48
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50
Tabel 4.21 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	51

Tabel 4.22 Hasil Uji t.....	52
Tabel 4.23 Hasil Uji F.....	53
Tabel 4.24 Hasil Uji Koefisien Determinasi	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Kuesioner	49
Lampiran 2 Hasil Pengujian dengan Analisa Statistical Product and Service Solution (SPSS).....	58

INTISARI

Aerostreet adalah brand dari sebuah perusahaan yang bergerak dalam industri alas kaki yang berasal dari Klaten yang didirikan pada tahun 2015 oleh Adhitya Caesarico. Aerostreet merupakan brand sepatu lokal di bawah naungan PT Adco Pakis Mas. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh variabel *Social Media Marketing* terhadap *brand loyalty* pada akun Instagram Aerostreet; Untuk mengetahui pengaruh variabel *brand equity* terhadap *brand loyalty* pada akun Instagram Aerostreet; Untuk mengetahui pengaruh variabel *Social Media Marketing* dan *brand equity* terhadap *brand loyalty* pada akun Instagram Aerostreet.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode penelitian kuantitatif deskriptif. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif deskriptif dengan menggunakan alat analisis *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*.

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil pengolahan data dari 100 responden dengan menggunakan statistik deskriptif pada masing-masing variabel. Secara parsial variabel *Social Media Marketing* (X1) dan *Brand equity* (X2) terhadap *brand loyalty* (Y) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi pada Uji t $0,000 < 0,05$. Jika *Social Media Marketing* dan *Brand equity* meningkat maka *Brand loyalty* meningkat. Secara Simultan variabel *Social Media Marketing* (X1) dan *Brand equity* (X2) Terhadap *brand loyalty* (Y) berpengaruh signifikan terhadap *Brand loyalty*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi pada Uji F $0,000 < 0,05$. Jika *Social Media Marketing* dan *Brand equity* meningkat maka *Brand loyalty* meningkat.

Kata Kunci: Aerostreet, Instagram, *Social Media Marketing*

ABSTRACT

Aerostreet is a brand from a company operating in the footwear industry originating from Klaten which was founded in 2015 by Adhitya Caesarico. Aerostreet is a local shoe brand under the auspices of PT Adco Pakis Mas. The aim of this research is to determine the influence of Social Media Marketing variables on brand loyalty on the Aerostreet Instagram account; To determine the influence of brand equity variables on brand loyalty on the Aerostreet Instagram account; To determine the influence of Social Media Marketing and brand equity variables on brand loyalty on the Aerostreet Instagram account.

The research method used in this research is descriptive quantitative research method. The data analysis technique used in this research is descriptive quantitative analysis using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) analysis tool.

Based on the research results, data processing results from 100 respondents were obtained using descriptive statistics for each variable. Partially, the variables Social Media Marketing (X1) and Brand equity (X2) on brand loyalty (Y) have a significant effect on purchasing decisions. This is indicated by the significance value in the t test of $0.000 < 0.05$. If Social Media Marketing and Brand equity increase, Brand loyalty increases. Simultaneously, the variables Social Media Marketing (X1) and Brand equity (X2) on brand loyalty (Y) have a significant effect on Brand loyalty. This is indicated by the significance value in the F Test of $0.000 < 0.05$. If Social Media Marketing and Brand equity increase, Brand loyalty increases.

Keywords: Aerostreet, Instagram, Social Media Marketing