



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE

**ANALISIS PENGARUH *SOCIAL MEDIA*
MARKETING TERHADAP *BRAND AWARENESS* PADA
PT. BRODO GANESHA INDONESIA CABANG KEMANG,
JAKARTA SELATAN.
(STUDI KASUS *SOCIAL MEDIA FACEBOOK*)**

SKRIPSI

MOHAMAD RAMDANI

1313.1111.515

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT
MENYELESAIKAN SARJANA EKONOMI STRATA SATU
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
TAHUN 2016**

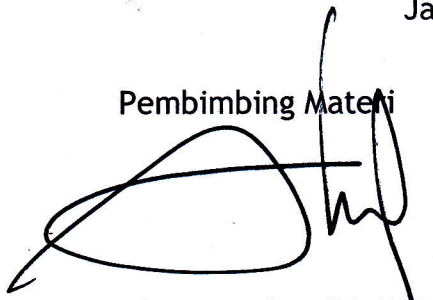
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Mohamad Ramdani
NIM : 1313.1111.515
Jenjang : Strata Satu (S1)
Program Study : Manajemen
Judul Skripsi : "Analisis Pengaruh *Social Media Marketing*
Terhadap *Brand Awareness* Pada PT. Brodo
Ganesha Indonesia Cabang Kemang, Jakarta
Selatan. (Studi Kasus : *Social Media Facebook*)"

Jakarta, Agustus 2016

Pembimbing Materi



(Arifin Nugroho, SE, MM)

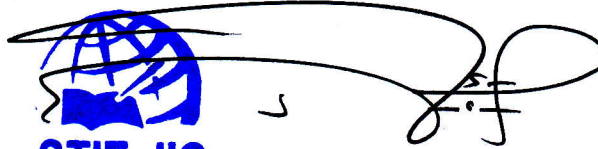
Pembimbing Teknis



(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

Mengetahui,

Puket 1 Bidang Akademik STIE JIC



(Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM)

PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU STIE JIC

Ujian skripsi diselenggarakan : 12 Agustus 2016,,

TIM PENGUJI

Nama

Tanda Tangan

Ketua

: Drs. H. Anjuma bliwaha, MA

Anggota

: 1. Drs. H. Anjuma wiwaha, MA

2. Arifin Napoko SE MA

3. Drs. Mahatma Kasim, NM

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya penyusun mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “*Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Pada PT. Brodo Ganesha Indonesia Cabang Kemang (Studi Kasus : Social Media Facebook)*”. Skripsi ini dibuat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di STIE Jakarta International College.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materiil secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Ir. Agus Susanto, MM, selaku Ketua STIE JIC.
2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM, selaku Puket I dan sekaligus sebagai Pembimbing Teknis skripsi ini yang telah membimbing agar skripsi ini lebih baik.
3. Bapak Arifin Nugroho, SE, MM, selaku Kajur Manajemen dan sekaligus sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan dukungan, waktu, tenaga, dan pikiran sehingga skripsi ini berjalan dengan baik.

4. Teristimewa saya berterimakasih kepada kedua orang tua tercinta dan saudara-saudara saya yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan pengorbanan lahir dan batin.
5. Siti Rohmah (Itii), terima kasih untuk setiap doa, dukungan, waktu, tenaga, dan pikiran yang diberikan dari awal penyusunan skripsi hingga terselesainya skripsi ini.
6. Om Cendy selaku General Manager Brodo Kemang, dan seluruh karyawan Brodo Kemang atas bantuan dan kerjasamanya yang telah memberikan informasi-informasi dan data yang dibutuhkan bagi penulis.
7. Terima kasih saya ucapkan untuk teman-teman (Geng-Gong) semasa kuliah yang banyak membantu saya dalam segala hal, Ucon, Dhea, Apit, Aini, Pras, Bewok, Ugie, Ine, Anna Anggun, Anna Kepo, Maul, Welo, Dodi, Yudi, Bang niko, Bang mukis, SuLe, dan teman-teman lainnya.
8. Terima kasih kepada pihak-pihak lain yang terlibat dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Penulis berharap semoga skripsi ini kelak dapat bermanfaat dan menjadi suatu karya yang memberi dampak positif serta berguna untuk siapa saja yang membacanya.

Jakarta, 12 Agustus 2016

(Mohamad Ramdani)

ABSTRAKSI

Mohamad Ramdani,13131111515, *Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness pada PT. Brodo Ganesha Indonesia cabang Kemang, Jakarta Selatan (Studi Kasus : Social Media Facebook)*, 76 halaman, 13 tabel, dan 6 gambar, 6 lampiran, Jakarta, 2016.

Penelitian Ini membahas masalah pengaruh *social media marketing facebook* dengan *brand awareness* pada PT. Brodo Ganesha Indonesia Cabang Kemang, Jakarta Selatan (studi kasus pada social media facebook). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan dan pengaruh *social media marketing* terhadap *brand awareness*.

Penelitian dilakukan pada PT. Brodo Ganesha Indonesia cabang Kemang,Jl. Kemang Selatan 8 no. 64B Jakarta Selatan.Waktu penelitian dilaksanakan dari bulan Juni s/d Juli 2016. Metode penelitian melalui metode kepustakaan dengan mempelajari bahan-bahan tertulis berupa buku-buku, dokumen, internet dan jurnal yang digunakan sebagai landasan teori dan metode lapangan yaitu mengumpulkan informasi dan data yang aktual dari objek penelitian melalui observasi atau wawancara serta riset langsung terhadap konsumen dengan menyebar kuesioner kepada konsumen. Setelah data terkumpul, maka dilakukan analisis kuantitatif dengan menggunakan spss versi 22 yaitu persamaan garis regresi : $\hat{Y} = 25,132 + 0,309x$. Hasil koefisien korelasi (r) = 0,403 yang berarti menunjukkan hubungan positif dan sedang antara *social media marketing Facebook* dengan kesadaran merek. Hasil koefisien determinasi = 16,3% yang berarti sebesar 16,3% kesadaran merek dipengaruhi oleh *social media marketing Facebook*, sedang sisanya sebesar 83,7% diperkirakan dipengaruhi oleh aspek lainnya seperti iklan, wom, kualitas produk, dan lokasi.Dengan menggunakan uji T, maka diperoleh t_{hitung} sebesar 5,361 dan berdasarkan tabel T diperoleh nilai dari t_{tabel} sebesar 1,976, sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , maka diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara *social media marketing Facebook* terhadap kesadaran merek.

Daftar acuan: 26 buku, 3 jurnal, 1 skripsi, 2 internet, pembimbing : Arifin Nugroho, Arjuna Wiwaha.

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah	6
C. Perumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORITIS, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teoritis	9
1. <i>Social Media Marketing Facebook</i>	19
2. <i>Brand Awareness</i>	24
B. Kerangka Berfikir	31
C. Pengujian Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian	32
B. Metode Penelitian	32
C. Definisi Operasional Variabel	33
D. Populasi dan Sampel	34
E. Instrumen Penelitian	35
F. Teknik Pengumpulan Data	36
G. Teknik Analisis Data.....	37

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	43
B. Visi Dan Misi Perusahaan	48
C. Logo Dan Makna Brodo.....	49
D. Struktur Organisasi	50
E. Produk.....	51
F. Keberhasilan Dan Kenadala Perusahaan	52

Bab V HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data Hasil Penelitian	53
B. Pengolahan Data.....	57
C. Pengujian Hipotesis	64
D. Pembahasan Hasil Penelitian	71

BAB VI HASIL PENELITIAN

A. Kesimpulan	73
B. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA	75
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Data Pengguna Social Media Di Indonesia	3
Tabel 2 Peneliti sebelumnya.....	29
Tabel 3 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	39
Tabel 4 Tabulasi Variabel X	54
Tabel 5 Tabulasi Variabel Y	56
Tabel 6 Jenis Kelamin	57
Tabel 7 Umur Responden.....	57
Tabel 8 Pendidikan Terakhir Responden	58
Tabel 9 Pekerjaan Responden	59
Tabel 10 Distribusi Frekuensi	59
Tabel 11 Koefisien Regresi	66
Tabel 12 Koefisien Korelasi	68
Tabel 13 Analisis Uji T.....	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Piramida Brand Awareness	27
Gambar 2 Kerangka Berfikir	31
Gambar 3 Logo Brodo Footwear	49
Gambar 4 Struktur Organisasi Perusahaan	50
Gambar 5 Grafik Regresi Linier Sederhana	67
Gambar 6 Grafik Uji T	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data *Social Media Marketing Facebook*

Lampiran 3. Tabulasi Data *Brand Awareness*

Lampiran 4. Tabel Distribusi Frekuensi

Lampiran 5. Tabel T

Lampiran 6. *Social Media Facebook Brodo Footwear*

Lampiran 7. Surat Keterangan Riset

Lampiran 8. Daftar Riwayat Hidup