

UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

Skripsi Sarjana
Program Studi Manajemen
Semester Ganjil 2017/2018

ANALISIS PENGARUH IKLAN SOSIAL MEDIA TERHADAP ELEMEN-ELEMEN EKUITAS MEREK PADA PENGGUNA TELEPON SELULER DI KOTA BATAM

NPM : 1341221
WENDY CHRISTIANTO

Abstrak

Penelitian ini penulis tujuikan untuk mengetahui pengaruh *Social Media Advertisement* terhadap elemen-elemen *Brand Equity*, yaitu *Brand Image*, *Brand Loyalty*, *Brand Preference*, *Brand Leadership*, dan *Brand Awareness*. Objek penelitian ini merupakan para pengguna telepon seluler yang ada dikota Batam dan telah berumur diatas 18 tahun.

Penelitian ini menggunakan metode *judgmental sampling*, sampel yang memenuhi kriteria yaitu responden yang menggunakan telepon seluler bermerek dan menggunakan sosial media sekurang-kurangnya 5 hingga 6 kali dalam seminggu. Penelitian ini menggunakan metode regresi Partial Least Square untuk menganalisis pengaruh variable independen terhadap variable dependen. Data demografi di analisis menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) versi 22, dan jawaban dari responden di analisis dengan menggunakan program Smart PLS versi 3.

Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa variabel *Social Media Advertisement* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *Brand Image*, *Brand Loyalty*, *Brand Preference*, *Brand Leadership*, dan *Brand Awareness*. Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis berharap para pelaku pemilik *brand* untuk mulai mengalokasikan anggaran untuk iklan di sosial media, karena iklan di sosial media bisa meningkatkan elemen-elemen ekuitas *Brand Equity* secara signifikan.

Kata kunci : Telepon Seluler, *Social Media Advertisement*, *Brand Equity*, *Brand Awareness*, *Brand Image*, *Brand Loyalty*, *Brand Preference*, *Brand Leadership*, *Brand Awareness*