

Skripsi Sarjana
Program Studi Manajemen
Semester Ganjil 2018/2019

**ANALISIS PENGARUH AKTIVITAS PROMOSI MEDIA SOSIAL
TERHADAP KESADARAN NILAI DAN MEREK YANG BERUJUNG
KEPADA LOYALITAS MEREK**

NPM: 1541249
Carvin

Abstrak

Maksud dari pelaksanaan penelitian dilaksanakan dalam rangka mempelajari pengaruh atas hubungan variabel *Social Media Marketing* dengan *brand consciousness* dan *value consciousness* yang dapat mempengaruhi *brand loyalty*.

Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengguna media social aktif yang ada di Batam dan juga di China. Metode penelitian memakai *purposive sampling*, dalam penggunaan metode penelitian ini, sampel penelitian diwajibkan mengikuti kriteria - kriteria dari karakteristik yang ditentukan berdasarkan tujuan penelitian. Sedangkan metodologi penelitian yang dipakai adalah metode *structural equation modelling* (SEM) menggunakan *smart PLS* versi 3.0 dalam menganalisis hubungan - hubungan antara pengaruh variabel independen (*social media activities*) dan variabel mediasi (*brand and value consciousness*) terhadap variabel dependen (*brand loyalty*).

Hasil atas penelitian yang dilakukan ini menunjukkan bahwa *social media activities* memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap variabel mediasi (*brand consciousness* dan *value consciousness*), dan variabel dependen (*brand loyalty*) secara langsung. *Social media activities* juga memiliki pengaruh yang signifikan positif secara tidak langsung terhadap *brand loyalty* melalui variabel mediasi (*brand consciousness* dan *value consciousness*).

Kata kunci: *social media activities, brand consciousness dan value consciousness.*