

# UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

---

Fakultas Ekonomi.  
Program Sarjana Manajemen  
Semester Ganjil 2019/2020

## **Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Kesetiaan Konsumen pada Usaha Wisata dan Liburan**

**Nawis**  
**NPM: 1641177**

### **ABSTRAK**

Penyelidikan ini bertujuan untuk menguji loyalitas konsumen terhadap perseroan jasa *travel* Nusa Jaya Indofast yang akan di pilih untuk menjalani liburan mereka. Variabel independen untuk penyelidikan ini adalah pengguna yang aktif menggunakan media sosial dan pengguna yang pasif media sosial. Variable dependen penyelidikan ini adalah loyalitas efektif dan loyalitas konatif.

Sampel penyelidikan ini adalah orang-orang yang aktif dan pasif dalam media sosial Facebook dan media sosial Line, cara penulis mengumpulkan data adalah dengan membagikan pertanyaan singkat secara online. Target responden yang akan di sebarakan adalah sebanyak 80 orang. Penyelidikan ini menggunakan cara Analisa data uji valitas dan uji reabilitas, model Struktural, dan *Goodness of Fit Model*.

Perolehan dari penyelidikan ini membuktikan bahwa konsumen yang pasif berdampak baik secara relavan terhadap loyalitas efektif, konsumen yang aktif media sosial berdampak baik secara relavan terhadap loyalitas efektif, konsumen yang pasif juga berdampak baik secara relavan terhadap loyalitas konatif. dan konsumen yang aktif berdampak tidak baik terhadap loyalitas konatif.

**Kata kunci:** media sosial, loyalitas, promosi, menrekomendasikan