

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN *BRAND AWARENESS*
TERHADAP *BRAND EQUITY* ERHA CLINIC CENTER SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Untuk Menyusun Skripsi S- 1 Proram Studi Manajemen**



Oleh :

**TRISHA MONITA
1612010217 / FEB / EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR
2020**

SKRIPSI

**PENGARUH MEDIA SOCIAL DAN BRAND AWARENESS TERHADAP
BRAND EQUITY ERHA CLINIC CENTER SURABAYA**

Oleh :

TRISHA MONITA
1612010217/FEB/EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima oleh
Tim Penguji Progdi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal : 18 September 2020**

Koordinator Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Sulastri Irbayuni, SE. MM.

NIP. 196206161989032001

Pembimbing

Pembimbing Utama

Dra.Ec. Luky Susilowati, M.P

NIP. 195602171988032001

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**

Prof. Dr. Syamsul Huda, SE. MT.

NIP. 195908281990031001

Usulan Penelitian

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN *BRAND*
AWARENESS* TERHADAP *BRAND EQUITY ERHA CLINIC CENTER
SURABAYA

Yang diajukan

Trisha Monita
1612010217/FEB/EM

Telah disetujui untuk diseminarkan oleh

Pembimbing Utama



Dra. Ec. Luky Susilowati, M.P.
NIP. 195602171988032001

Tanggal 23 Juni 2020

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen



Sulastri Irbayuni, SE. M.
NIP. 196206161989032001

Usulan Penelitian

**PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN *BRAND*
AWARENESS TERHADAP *BRAND EQUITY ERHA CLINIC CENTER*
*SURABAYA***

Yang diajukan

Trisha Monita
1612010217/FEB/EM

Telah di seminarkan dan disetujui menyusun skripsi

Pembimbing Utama



Dra. Ec. Luky Susilowati, M.P.
NIP. 195602171988032001

Tanggal. 29-8-2020.....

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen



Sulastri Irbayuni, SE, M.
NIP. 196206161989032001

SKRIPSI
PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN BRAND
AWARENESS TERHADAP BRAND EQUITY ERHA CLINIC CENTER

Yang diajukan

Trisha Monita
1612010217/FEB/EM

Disetujui untuk ujian skripsi oleh

Pembimbing Utama

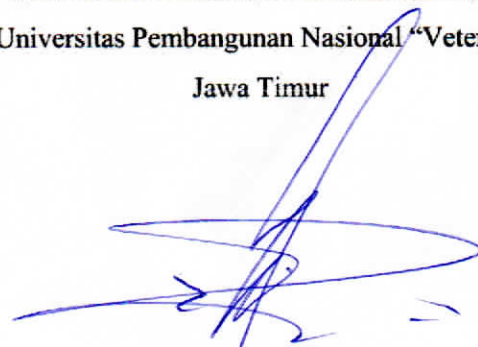


Dra. Ec. Luky Sulowati, M.P
NIP. 195602171988032001

Tanggal 29-8-2020.....

Mengetahui,

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"
Jawa Timur



Dr. Eko Purwanto, M.SI
NIP. 195903291987031001

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberi ridha-Nya kepada penulis hingga mampu menyelesaikan skripsi berjudul : *PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN BRAND AWARENESS TERHADAP BRAND EQUITY ERHA CLINIC CENTER SURABAYA* terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun dengan tujuan sebagai pemenuhan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan program studi Manajemen (S-1) di Universitas Pembangunan Nasional Jawa Timur.

Dukungan dan bantuan baik secara langsung maupun do'a, sangat berarti bagi penulis dalam proses penulisan skripsi. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas izin dan kuasa-Nya yang dapat menjadi kekuatan bagi penulis untuk menyelesaikan laporan.
2. Rektor Fakultas Universitas Pembangunan Nasional Jawa timur Prof. Dr. Ir. Ahmad Fauzi, MMT sebagai inspirator penulis.
3. Ibu Sulastri Irbayuni, SE, MM.selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Fakultas, sebagai ibu dari mahasiswa akuntansi yang tidak pernah lupa memberi nasehat dan semangat bagi kami untuk selalu percaya diri sebagai mahasiswa vokasional.

4. Dosen Pembimbing tercinta, Ibu Dra. Ec. Luky Susilowati, M.P yang menjadi tauladan bagi penulis dan telah membimbing penulis hingga tercapainya salah satu cita-cita penulis.
5. Para dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen dan pengajar dari luar Fakultas Vokasi yang telah bersedia mendidik, mengajar dan memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis dan mahasiswa lainnya.
6. Semua pihak yang telah membantu, mendukung, dan mendo'akan penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Kesalahan dan ketidak sempurnaan dalam penulis skripsi disadari oleh penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat menyempurnakan laporan ini dari semua pihak. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi penulis dan pembaca.

Surabaya, 14 September 2020

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
ABSTRAKSI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu.....	10
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1 <i>Brand</i>	13
2.2.2. <i>Brand Equity</i>	17
2.2.3. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek).....	22
2.2.4. Media Sosial Instagram.....	24
2.2.5. Hubungan Variabel <i>Media Social Instagram</i> Dengan <i>Brand equity</i>	28
2.2.6. Hubungan variabel <i>brand Awareness</i> terhadap <i>brand equity</i>	29
2.3. Kerangka Konseptual.....	30
2.4. Hipotesis Penelitian	30

BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.2. Populasi dan Sampel.....	34
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4. Uji Instrumen Penelitian	36
3.4.1. Uji Validitas.....	36
3.4.2. Uji Reliabilitas	37
3.5. Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1. Gambaran Umum Erha Clinic	42
4.1.1. Visi dan Misi Erha Clinic	43
4.1.2. Struktur Organisasi.....	43
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	45
4.3. Analisis Data	47
4.3.1 Model PLS	47
4.3.2 Uji Validitas (Outer Model)	48
4.3.3 Uji Reliabilitas	51
4.3.4 Pengujian Model Struktural (Inner Model)	52
4.4. Pembahasan.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1. Kesimpulan	59
5.2. Saran	59

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	45
Tabel 4.2. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.3. Outer loading	49
Tabel 4.4. Average variance extracted (AVE)	51
Tabel 4.5. Reliabilitas Data:	52
Tabel 4.6. R-Square	53
Tabel 4.7. Inner weight	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual.....	30
Gambar 4.2. Model PLS.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 Hasil Pengujian Partial Least Square (PLS)

***PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN BRAND AWARENESS
TERHADAP BRAND EQUITY ERHA CLINIC CENTER
SURABAYA***

Trisha Monita

1612010217

Program Studi Manajemen UPN Veteran Jawa Timur

ABSTRAK

Brand equity merupakan aset yang strategis bagi perusahaan karena sebagai ciri khas, mengandung simbol, makna yang membantu perusahaan dalam mengurangi biaya promosi, dan menarik konsumen baru berdasarkan kesan yang ditanamkan pada konsumen. Data penjualan Erha Clinic Center Surabaya menunjukkan mengalami penurunan dari tahun 2017 – 2019, hal ini menjadi permasalahan yang serius bagi keberlangsungan bisnis Erha Clinic dengan kondisi persaingan ketat antar bisnis klinik kecantikan yang bermunculan di Surabaya. Penurunan penjualan tersebut mengindikasikan lemahnya brand equity Erha Clinic Center Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara *Media Sosial* terhadap *Brand Equity* dan untuk mengetahui pengaruh antara *Brand Awareness* terhadap *Brand Equity* Erha Clinic Center Surabaya

Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan Erha Clinic di Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode PLS

Berdasarkan hasil pengujian, ditemukan bahwa Social Media memberikan kontribusi terhadap Brand Equity dan Brand Awareness memberikan kontribusi terhadap Brand Equity.

Kata Kunci : Media Sosial, Brand Awareness dan Brand Equity