

SKRIPSI
STRATEGI PENETRASI PASAR
MELALUI SOSIAL MEDIA MARKETING
UNTUK MENCIPTAKAN LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus Di Rustic Market Cafe Surabaya)

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Universitas Narotama Surabaya



Oleh :

DESSY RAHAYU RAMADHASARI
NIM. 01218062

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS HUKUM, EKONOMI DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NAROTAMA
SURABAYA
2022

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dessy Rahayu Ramadhasari
Nim : 01218062
Fakultas : Hukum, Ekonomi dan Pendidikan
Jurusan : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul : “ STRATEGI PENETRASI PASAR MELALUI SOSIAL MEDIA MARKETING UNTUK MENCIPTAKAN LOYALITAS KONSUMEN (Studi kasus di Rustic Market Cafe Surabaya ” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan Saya tidak benar, maka Saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).
Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Surabaya,
Pembuat pernyataan,



Dessy Rahayu Ramadhasari
NIM : 01218062

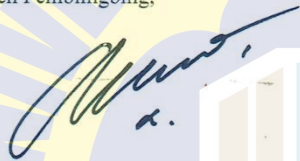
PERSETUJUAN SKRIPSI

“ STRATEGI PENETRASI PASAR MELALUI SOSIAL MEDIA
MARKETING UNTUK MENCIPTAKAN LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus di Rustic Market Cafe Surabaya) “

Diajukan oleh
Dessy Rahayu Ramadhasari
01218062

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :

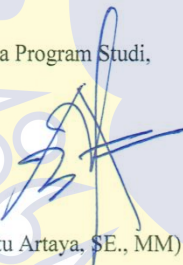
Dosen Pembimbing,



(Dr. Arasy Alimudin S.E., M.M)

Tanggal

Kepala Program Studi,



(I Putu Artaya, SE., MM)

Tanggal



HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Telah Diuji Dan Dipertahan Kan Pada Hari Sabtu, Tanggal 20 Agustus 2022

JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PENETRASI PASAR MELALUI SOSIAL
MEDIA MARKETING UNTUK MENCIPTAKAN
LOYALITAS KONSUMEN

DISUSUN OLEH : Dessy Rahayu Ramadhasari

NIM : 01218062


FAKULTAS : Hukum, Ekonomi, dan Pendidikan

PROGRAM STUDI : Manajemen

PERGURUAN TINGGI : Universitas Narotama Surabaya

DIHADAPKAN TIM PENGUJI :

Dosen Penguji,



(Dr. Arasy Alimudin S.E., M.M)

Dosen Penguji,



(Qausya Faviandhani S.E., M.M)

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dessy Rahayu Ramadhasari
Nim : 01218062
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Hukum, Ekonomi dan Pendidikan
Jenis karya : Skripsi


Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty - Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“ STRATEGI PENETRASI PASAR MELALUI SOSIAL MEDIA MARKETING UNTUK MENCiptAKAN LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus di Rustic Market Cafe Surabaya) ” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Surabaya
Pada tanggal :

Yang Menyatakan,


(Dessy Rahayu Ramadhasari)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan tepat waktu dan penulis berharap agar skripsi ini dapat memberi manfaat bagi penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini penulis mengambil judul “ STRATEGI PENETRASI PASAR MELALUI SOSIAL MEDIA MARKETING UNTUK MENCIPTAKAN LOYALITAS KONSUEN (Studi Kasus di Rustic Market Cafe Surabaya) ”.

Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Narotama.

Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala, namun hal tersebut dapat diatasi berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya serta hikmat dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. H. Sri Wiwoho Mudjanarko, S.T., M.T., IPM selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya.
3. Bapak Dr. Rusdianto Sesung S.H.,M.H selaku Dekan Fakultas Hukum, Ekonomi dan Pendidikan Universitas Narotama Surabaya.
4. Bapak I Putu Artaya, SE., MM selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya.
5. Bapak Dr. Arasy Alimudin S.E., M.M Selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, membantu serta memberikan saran yang bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Saya ucapkan terima kasih kepada orang-orang yang saya cintai Luluk Setya Wibowo, Farida Nurul Chotima selaku orang tua saya, keluarga serta kerabat saya dan Tri Wahyu Putra dan Bapak Joko yang selalu ada dan memberi support terbaik kepada saya berupa materil maupun spiritual tanpa mengenal lelah.
7. Seluruh dosen penguji yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Hukum, Ekonomi dan Pendidikan Universitas Narotama Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu dan pengetahuan selama perkuliahan.
9. Untuk sahabat-sahabat saya Chelsea Nikita Siahaan, Siti Yunqanzun Ayatinha, Rheina Rizky Putri Indrianto, Anisa Ajeng Aulia. Serta Siti Alfiatul Hasanah dan Yusril Asril Nasir selaku teman-teman satu bimbingan.
10. Untuk Teman-teman seangkatan dan semua pihak yang belum tersebut oleh penulis yang membantu menyelesaikan skripsi ini. Terutama untuk teman-teman

Akhir kata semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu, serta Penulis berharap semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Surabaya,
Penulis,

(Dessy Rahayu Ramadhasari)

ABSTRAK

“Strategi Penetrasi Pasar Melalui Sosial Media Marketing Untuk Menciptakan Loyalitas Konsumen”

(Studi Kasus Di Rustic Market Cafe Surabaya)

Oleh :
Dessy Rahayu Ramadhasari

Dosen Pembimbing:
Dr. Arasy Alimudin, S.E., M.M

Abstrak : Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh harga, diskon penjualan serta brand awareness terhadap loyalitas konsumen pada Rustic Market Café Surabaya baik secara parsial maupun simultan. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang telah berkunjung ke Rustic Market Café Surabaya. Teknik sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan nonprobability sampling (purposive sampling). Alat pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data yang digunakan ialah Uji Regresi Linier Berganda serta Uji Hipotesis menggunakan SPSS 18. Hasil penelitian secara parsial, data menunjukkan adanya pengaruh yang tidak signifikan secara parsial antara variabel Harga (X1) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) dengan nilai signifikansi sebesar 0,068. Variabel Diskon Penjualan (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara parsial dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Variabel Brand Awareness (X3) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara parsial dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil penelitian secara simultan, data menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara simultan dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel yang terdiri dari Harga (X1), Diskon Penjualan (X2), dan Brand Awareness (X3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel Loyalitas Konsumen (Y) .

Kata Kunci :*Harga, Diskon Penjualan, Brand Awareness, Loyalitas Konsumen*

ABSTRACT

Market Penetration Strategy Through Social Media Marketing to Create Consumer Loyalty (Case Study at Rustic Market Cafe Surabaya)

By :

Dessy Rahayu Ramadhasari

Advisor :

Dr. Arasy Alimudin, S.E., M.M

Abstract: To analyze how much influence price, sales discount and brand awareness have on consumer loyalty at Rustic Market Café Surabaya, either partially or simultaneously. In this study using a quantitative research approach. The sample used in this study were 100 respondents who had visited the Rustic Market Café Surabaya. The sampling technique used is non-probability sampling (purposive sampling). The data collection tool uses a questionnaire. Analysis of the data used is Multiple Linear Regression Test and Hypothesis Testing using SPSS 18. The results of the partial study, the data showed that there was a partially insignificant effect between the price variable (X1) on Consumer Loyalty (Y) with a significance value of 0.068. The Sales Discount Variable (X2) on Consumer Loyalty (Y) shows a partially significant effect with a significance value of 0.003. The Brand Awareness (X3) variable on Consumer Loyalty (Y) shows a partially significant effect with a significance value of 0.000. Simultaneous research results, the data shows a significant effect simultaneously with a significance value of 0.000. Thus it can be concluded that the variables consisting of Price (X1), Sales Discounts (X2), and Brand Awareness (X3) have a significant simultaneous effect on the Consumer Loyalty variable (Y).

Keywords: *Price, Sale Discount, Brand Awareness, Consumer Loyalty*

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Batasan Masalah.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Tinjauan Empiris.....	5
2.2 Tinjauan Teoritis.....	31
2.2.1 Harga.....	31
2.2.2 Diskon Penjualan.....	31
2.2.3 Brand Awareness.....	32
2.2.4 Loyalitas Konsumen.....	32
2.3 Kerangka Berfikir.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Pendekatan Penelitian.....	35
3.2 Obyek Penelitian.....	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sampel.....	35
3.3 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.3.1 Jenis Data.....	36
3.3.2 Sumber Data.....	36
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.4 Definisi Operasional.....	37
3.4.1 Variabel Penelitian.....	37
3.4.2 Desain Instrumen Penelitian.....	37
3.5 Teknik Analisis Data.....	39
3.5.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	39
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.5.3 Uji Hipotesis.....	40
3.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
3.5.5 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	43

4.2.	Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	43
4.3	Hasil Penelitian (Perhitungan Data dan Pengolahan Data)	45
	4.3.1 Deskripsi Hasil Jawaban Responden.....	45
4.4	Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian.....	47
	4.4.1 Analisis Data	47
	4.4.2 Uji Asumsi Klasik	50
	4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
	4.4.4 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	55
	4.4.5 Uji Hipotesis.....	55
	4.4.6 Pembahasan	57
BAB V	Kesimpulan dan Saran	61
	5.1 Kesimpulan.....	61
	5.2 Saran.....	61
	DAFTAR PUSTAKA	63
	LAMPIRAN.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrik Tinjauan Empiris.....	5
Table 3. 1 Skala Pengukuran (Likert)	36
Tabel 4. 1 Usia Responden	44
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 4. 3 Interpretasi Nilai Rata-Rata Jawaban Responden	45
Tabel 4. 4 Karakteristik jawaban responden dari variabel Harga (X1)	45
Tabel 4. 5 Karakteristik jawaban responden dari variabel Diskon Penjualan (X2).....	46
Tabel 4. 6 Karakteristik jawaban responden dari variabel Brand Awareness (X3).....	46
Tabel 4. 7 Karakteristik jawaban responden dari variabel Loyalitas Konsumen (Y).....	47
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas.....	49
Tabel 4. 10 Hasil Analisis SPSS 18 Uji Reliability	49
Tabel 4. 11 Analisis SPSS 18 Uji Normalitas	50
Tabel 4. 12 Hasil Nilai Variance Tolerance dan VIF	50
Tabel 4. 13 Hasil Analisis SPSS 18 Uji Autokorelasi	52
Tabel 4. 14 Hasil Analisis SPSS 18 Uji Heteroskedastisitas.....	53
Tabel 4. 15 Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	55
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Uji Simultan (F)	56
Tabel 4. 18 Hasil Analisis Uji Parsial (T).....	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	33
Gambar 4. 1 Rustic Market.....	43

