

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
TERHADAP PENINGKATAN EKUITAS PELANGGAN DAN INTENSI
PEMBELIAN PADA PRODUK *FASHION* MEREK RABBANI
(Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

***THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITY TOWARD
THE INCREASE OF CONSUMER'S EQUITY AND PURCHASING
INTENTION TO THE PRODUCT OF BRAND FASHION RABBANI
(Research Toward Female Student of Muhammadiyah University of Yogyakarta)***



Oleh

**FARIZ LESMANA
20130410130**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

**PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL
TERHADAP PENINGKATAN EKUITAS PELANGGAN DAN INTENSI
PEMBELIAN PADA PRODUK *FASHION* MEREK RABBANI
(Studi Pada Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)**

***THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITY TOWARD
THE INCREASE OF CONSUMER'S EQUITY AND PURCHASING
INTENTION TO THE PRODUCT OF BRAND FASHION RABBANI
(Research Toward Female Student of Muhammadiyah University of Yogyakarta)***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

**FARIZ LESMANA
20130410130**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Fariz Lesmana

Nomor mahasiswa : 20130410130

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH AKTIFITAS PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP PENINGKATAN EKUITAS PELANGGAN DAN INTENSI PEMBELIAN PADA PRODUK *FASHION* MEREK RABBANI”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya orang atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta,

Fariz Lesmana

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Life’s not about who is the best, but who can do good”

Hidup bukanlah tentang siapa yang terbaik, tapi siapa yang bisa berbuat baik

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Atas rahmat dan kasih sayangNya telah memberikanku kekuatan, atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselasaikan. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan kehariban rasullah nabi Muhammad SAW. Kurpersembahkan karya kecil ini untuk cahaya hidup yang senantiasa ada saat suka maupun duka, selalu setia mendampingi meskipun kalian jauh disana. Saat kulemah tak berdaya kalian selalu menjadi energi positif bagi penulis, selalu dengan ikhlas memanjatkan doa untuk putra tercinta dalam setiap sujudnya.

Marsudi S.E, Terimakasih sudah menjadi guru yang menuntunku menjadi pribadi yang bermental baja untuk tidak mengeluh dalam menjalani kehidupan sehari-hari serta tidak hentinya mendukung saya baik secara moril dan materi. Untuk ibuku **Mamah Salamah**, Kelembutan, Kesabaran dan Kesederhanaanmu membuatku selalu bangga telah terlahir dari rahimmu. Engkau akan selalu menjadi wanita terhebat untukku. Terimakasih untuk semuanya ibu.

Serta kalian...

1. Serta untuk kakaku Mega Lestari yang telah memberikanku semangat, finansial dan motivasi..
2. Irfan Budi Lestiadi adiku dengan hadirnya dia membuat hari hariku termotivasi untuk bisa menjadi kakak yang bertanggung jawab serta menyayanginya.
3. Terimakasih untuk nenek dan keluarga besar Alm. Bpk. Ismail karena atas dorongan semangat kalian saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat dalam penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Aktifitas Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Peningkatan Ekuitas Pelanggan dan Intensi Prmbelian Pada Produk *Fashion* Merek Rabbani”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi organisasi dalam penggunaan taktik mempengaruhi dalam pengambilan keputusan organisasional dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Siti Dyah Handayani, Dr.,SE.,MM. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.

4. Bapak dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran, dan pengembangan penelitian selanjutnya sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 24 Februari 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	viii
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
B. Hasil Penelitian Terdahulu	12
C. Hipotesis	15
D. Model Penelitian.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Objek dan Subjek Penelitian	20
B. Jenis Data.....	20
C. Teknik Pengambilan sampel.....	20
D. Teknik Pengambilann Data	22
E. Definisi Operasional Variabel	22
F. Uji Kualitas Instrumen	26
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	27

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	33
B.	Uji Kualitas Instrumen	36
C.	Karakteristik Responden	38
D.	Analisis Data dan Uji Hipotesis	40
E.	Pembahasan	48
BAB V	PENUTUP	55
A.	Kesimpulan.....	55
B.	Keterbatasan Penelitian	57
C.	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	63

DAFTAR TABEL

3.1. Definisi Operasional Variabel Penelitian	26
4.1. Penyebaran Kuesioner Penelitian	36
4.2. Hasil Uji Validitas	37
4.3. Hasil Uji Reliabilitas.....	38
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Fakultas.....	39
4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan Responden	40
4.6. Pengujian <i>Goodness of Fit</i>	43
4.7. <i>Standardized Regression Weight</i>	45

DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Penelitian.....	19
4.1. Diagram Jalur.....	41
4.2. Persamaan Struktural.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.....	63
Lampiran 2.....	67
Lampiran 3.....	68
Lampiran 4	71
Lampiran 5	73