

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PEMASARAN  
MEDIA SOSIAL TERHADAP EKUITAS MEREK PADA  
PENGGUNA APLIKASI OVO DI JAKARTA BARAT**



**DIAJUKAN OLEH:**

**NAMA : ROBBY TARA WINARDI**

**NIM : 115150129**

**UNTUK MEMENUHI SEBAGAIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA**

**2020**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Robby Tata Winardi  
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115 150 129  
Program Studi : S1 management  
Alamat : Jln. Teluk Bayut RT.06/RW.02 no.178  
Pangkal Pinang  
Telp. -  
HP. 0852 6868 2689

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 3 Juli 2020



Robby Tata Winardi

Nama Lengkap Mahasiswa

**Catatan:**

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.



Scanned with CamScanner

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
FAKULTAS EKONOMI  
JAKARTA**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : ROBBY TARA WINARDI  
NO. MAHASISWA : 115150129  
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN  
BIDANG KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH CITRA MEREK DAN  
PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP  
EKUITAS MEREK PADA PENGGUNA  
APLIKASI OVO DI JAKARTA BARAT

Jakarta, 5 Juli 2020

Pembimbing,



Dr. Cokki, S.E., M.M.

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Robby Tara Winardi

NIM : 115150129

Program Studi : S1 Manajemen

**Judul Skripsi**

PENGARUH CITRA MEREK DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP  
EKUITAS MEREK PADA PENGGUNA APLIKASI OVO DI JAKARTA BARAT.

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 22 Juli 2020 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua : Andi Wijaya, S.E., M.M.
2. Anggota : Dr. Cokki S.E., M.M.  
Lydiawati Soelaiman, S.T., M.M.

Jakarta, 27 Juli 2020

Pembimbing



(Dr. Cokki, S.E., M.M.)

## ABSTRACT

**TARUMANAGARA UNIVERSITY**

**FACULTY OF ECONOMY**

**JAKARTA**

- (A) ROBBY TARA WINARDI (115150129)
- (B) *THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND SOCIAL MEDIA MARKETING  
ON BRAND EQUITY IN OVO APPLICATION USER IN WEST JAKARTA*
- (C) XIII+ 50 Pages, 22 Tables, 5 Pictures, 9 Attachment
- (D) *MARKETING MANAGEMENT*
- (E) **Abstract:** *The purpose of this study is to examine whether brand image and social media marketing can affect brand equity. The population of this study is OVO application users who live in West Jakarta, from the entire population of researchers using only 100 people as samples selected using the purposive sampling method. By distributing questionnaires online the data is then processed using smartPLS-SEM. The results of this study are brand image cannot affect brand equity, whereas social media marketing can affect brand equity.*
- (F) *Brand Image, Social Media Marketing, Brand Equity*
- (G) *References 38 ( 1976-2019)*
- (H) Dr. COKKI S.E., M.M.

## **ABSTRAK**

**TARUMANAGARA UNIVERSITY**

**FACULTY OF ECONOMY**

**JAKARTA**

- (A) ROBBY TARA WINARDI
- (B) PENGARUH CITRA MEREK DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP EKUITAS MEREK PADA PENGGUNA APLIKASI OVO DI JAKARTA BARAT
- (C) XII+ 50 Halaman, 22 Tabel, 5 Gambar, 9 lampiran
- (D) MANAJEMEN PEMASARAN
- (E) **Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah citra merek dan pemasaran media sosial dapat mempengaruhi ekuitas merek. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna aplikasi OVO yang berdomisili di Jakarta Barat, dari seluruh populasi peneliti hanya menggunakan 100 orang sebagai sampel yang dipilih menggunakan metode *convenience sampling*. Dengan menyebarkan kuesioner secara online data kemudian diolah menggunakan smartPLS-SEM. Hasil dari penelitian ini adalah citra merek tidak dapat mempengaruhi ekuitas merek, sedangkan pemasaran media sosial dapat mempengaruhi ekuitas merek
- (F) Citra Merek, Pemasaran Media Sosial, Ekuitas Merek
- (G) Daftar Acuan 38 (1976-2019)
- (H) Dr. COKKI S.E., M.M.