

**ANALISIS *SOCIAL NETWORKING FOOTPRINT*  
DALAM MEMBANGUN CITRA MEREK DARI  
SWEATERPOLOS.ID**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**Deswita Sari Ayuni**

**201710325151**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2021**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis *Social Networking Footprint* dalam membangun Citra Merk dari Sweeterpilos.id

Nama Mahasiswa : Deswita Sari Ayuni

Nomo Pokok Mahasiswa : 201710325151

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 9 Juli 2021

Jakarta, 12 Juli 2021

MENYETUJUI,



Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA

NIDN 0309048102

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis *Social Networking Footprint* Dalam  
Membangun Citra Merek dari Sweaterpolos.id

Nama Mahasiswa : Deswita Sari Ayuni

Nomo Pokok Mahasiswa : 201710325151

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 9 Juli 2021

Jakarta, 12 Juli 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dr. Hadita, S.Pd., M.M  
NIDN 0329048302


Penguji I : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA  
NIDN 0309048102


Penguji II : Neng Siti Komariah, S.E., M.M  
NIDN 0327128105

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

  
Dr. Hadita, S.Pd., M.M  
NIDN 0329048302

  
Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP  
NIDN 0318107101

## LEMBAR PERNYATAAN

Skripsi yang berjudul *Analisis Social Networking Footprint Dalam Membangun Citra Merek Dari Sweaterpolos.id* ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 28 Juni 2021

Yang Membuat Pernyataan,



Deswita Sari Ayuni

201710325151

## ABSTRAK

**Deswita Sari Ayuni, 201710325178.** Skripsi dengan judul : Analisis *Social Networking Footprint* Dalam Membangun Citra Merek Dari Sweaterpolos.id.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah produk Sweaterpolos.id memiliki citra yang baik dimata konsumennya, kemudian Sweaterpolos.id mengungguli pangsa pasar *social network* dan citra merek mempengaruhi peningkatan penjualan. Penelitian ini dilakukan di Sweaterpolos.id, dengan pengambilan data yang diperoleh melalui *platform* Shopee dengan jumlah responden sebanyak 3.094 orang. Metode analisis yang digunakan yaitu statistik dengan menggunakan metode *Social Networking Footprint*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk Sweaterpolos.id ini memiliki *rate Social Networking Footprint* yang tinggi dibanding kompetitornya sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek Sweaterpolos.id paling baik dimata konsumen dibanding kompetitornya. Dengan hasil *Social Networking Footprint* sebesar 4,863/5 yang diartikan bahwa Sweaterpolos.id memiliki *rate* kepuasan pelanggan yang dalam hal ini menjadi wujud citra merek Sweaterpolos.id dimata konsumennya serta berpengaruh terhadap peningkatan penjualan.

**Kata Kunci** : Pemasaran, Strategi Pemasaran, Perilaku Konsumen, Citra Merek, dan *Social Networking Footprint*



## **ABSTRACT**

*Deswita Sari Ayuni, 201710325178. Thesis with the title: Analysis of Social Networking Footprints in Building Brand Image from Sweaterpolos.id.*

*This study aims to determine whether Sweaterpolos.id products have a good image in the eyes of consumers, then Sweaterpolos.id outperforms social network market share and brand image affects sales increase. This research was conducted at Sweaterpolos.id, with data collection obtained through the Shopee platform with a total of 3,094 respondents. The analytical method used is statistics using the Social Networking Footprint method. The results of this study indicate that this Sweaterpolos.id product has a high Social Networking Footprint rate compared to its competitors, so it can be concluded that the Sweaterpolos.id brand image is the best in the eyes of consumers compared to its competitors. With the results of the Social Networking Footprint of 4,863/5 which means that Sweaterpolos.id has a customer satisfaction rate which in this case is a manifestation of the Sweaterpolos.id brand image in the eyes of its consumers and has an effect on increasing sales.*

**Keywords** : *Marketing, Marketing Strategy, Consumer Behavior, Brand Image, and Social Networking Footprint*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya serta izin-Nya lah, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul "Analisis *Social Networking Footprint* Dalam Membangun citra Merek *Sweaterpolos.id*".

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

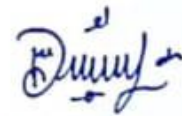
1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. h. Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, M. S. Ak., CA., CSRA., CMA., CACP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S. Pd., M.M., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan juga sebagai Ketua Penguji dalam Sidang Skripsi.
4. Ibu Dewi Sri Woelandari P.G, S.E., M. Sc., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA., CRA., selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Ibu Neng Siti Komariah, S.E., M.M., selaku Dosen Penguji dalam sidang skripsi.
7. Kedua Orang Tua Saya yang selalu memberikan do'a dan semangat yang tidak ada hentinya.
8. Grup Rahasia Negara yang selalu mendengarkan keluh kesah serta *support* Saya dalam situasi dan kondisi apapun.
9. Teman sekelas Saya dari awal perkuliahan, kelas C2 Manajemen '17 Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu secara langsung, yang telah memberikan bantuannya kepada penulis hingga terselesaikannya Skripsi ini.

11. *And last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. You deserve it girl!*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna, Oleh karena itu Penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 9 Juli 2021

Penulis



Deswita Sari Avuni  
201710325151





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Batasan Penelitian .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Pemasaran .....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	7

2.1.2	Konsep Inti Pemasaran .....	7
2.2	Strategi Pemasaran .....	10
2.2.1	Pengertian Strategi Pemasaran .....	10
2.2.2	Konsep Strategi Pemasaran .....	11
2.3	Perilaku Konsumen .....	11
2.3.1	Pengertian Perilaku Konsumen .....	11
2.3.2	Faktor-faktor Perilaku Konsumen .....	12
2.3.3	Psikologi <i>Marketing</i> .....	14
2.4	Citra Merek .....	15
2.4.1	Pengertian Citra Merek .....	15
2.4.2	Faktor yang mempengaruhi Citra Merek.....	15
2.5	Social Networking Footprint .....	16
2.5.1	Pengertian Social Networking Footprint .....	16
2.5.2	Tujuan Pengukuran .....	17
2.5.3	Formula Pengukuran .....	17
2.6	Penelitian Terdahulu .....	18
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>20</b>
3.1	Desain Penelitian .....	20
3.2	Tahapan Penelitian .....	20
3.3	Model Konseptual Penelitian .....	23
3.4	Operasionalisasi Variabel .....	24
3.4.1	Social Networking Footprint .....	24

3.4.2	Citra Merek .....	24
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian .....	25
3.6	Objek Penelitian .....	25
3.7	Metode Analisis Data .....	25
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>27</b>
4.1	Profil Perusahaan Sweaterpolos.id .....	27
4.1.1	Deskripsi Sweaterpolos.id .....	27
4.1.2	<i>Company Value</i> dan <i>Value Proposition</i> .....	28
4.2	Hasil Analisis Data .....	29
4.2.1	<i>Data Social Networking Footprint</i> .....	29
4.2.2	Hasil Analisis Data <i>Social Networking Footprint</i> .....	30
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian .....	32
4.3.1	Citra Merek dari Sweaterpolos.id dan Kompetitornya yang tergambar dari hasil analisis <i>Social Networking Footprint</i> .....	32
4.3.2	<i>Social Networking Footprint</i> dapat menjadi salah satu model penelitian yang diperhitungkan dalam membuktikan dan/atau mencari tahu citra merek dimata konsumen .....	32
4.3.3	Citra merek Sweaterpolos.id dimata Konsumennya .....	33
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>34</b>
5.1	Kesimpulan .....	34
5.2	Implikasi Manajerial .....	34

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 4.1 Data Social Networking Footprint .....	30



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Tahapan Penelitian .....	21
Gambar 3.2 Model Konseptual Penelitian .....	23
Gambar 4.1 Logo Sweaterpolos.id.....	30





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Referensi

Lampiran 2 Uji Plagiarisme

Lampiran 3 Sweaterpolos.id

Lampiran 4 Nara Grosir

Lampiran 5 Screamous

Lampiran 6 Yudazofficialshop

Lampiran 7 Roughneck

