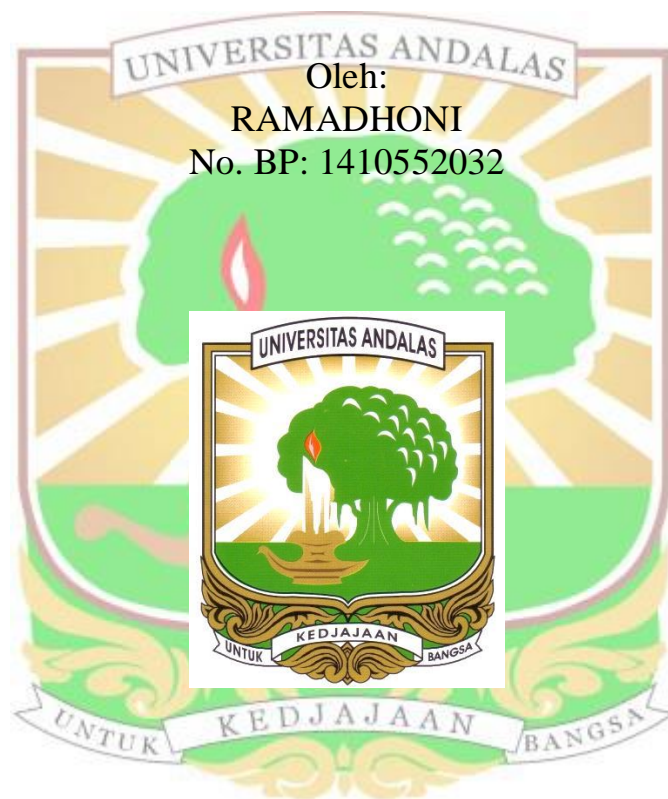


**PENGARUH *ADVERTISING AWARENESS* PADA MEDIA SOSIAL
TERHADAP *BRAND EQUITY* GEPREK BENSU DI KOTA
BUKITTINGGI**


SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana
Pada Program Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Andalas*



**Pembimbing:
Erizal, SE., MM
NIP. 196610181993031001**

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
KAMPUS II PAYAKUMBUH
JANUARI 2019**

	No. Alumni Universitas	RAMADHONI	No. Alumni Fakultas
	a) Tempat / Tgl. Lahir: Payakumbuh / 16 Maret 1993, b) Nama Orang Tua: Alm. Rusli dan Maiyar, c) Fakultas: Ekonomi Kampus II Payakumbuh, d) Jurusan: Manajemen, e) No. BP: 1410552032, f) Tanggal Lulus: 15 Januari 2019, g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan, h) IPK: 3,01 i) Lama Studi: 4 tahun 6 bulan, j) Alamat Orang Tua: Jln Surabaya, Kota Payakumbuh.		



**PENGARUH *ADVERTISING AWARENESS* PADA MEDIA SOSIAL
TERHADAP *BRAND EQUITY* GEPREK BENSU DI KOTA BUKITTINGGI**
Skripsi oleh Ramadhoni
Pembimbing: Erizal N, SE., MM

ABSTRAK

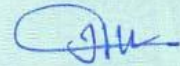
Perilaku penggunaan internet memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengembangkan usahanya dengan cara memanfaatkan media sosial yang sering diakses oleh konsumen. Pengiklanan melalui media sosial adalah salah satu kunci keberhasilan dalam membangun dan mempertahankan *brand equity* yang kuat. Geprek Benu di kota Bukittinggi merupakan salah satu outlet resmi milik Ruben Onsu yang menawarkan jenis makanan bertema olahan ayam pedas. Untuk mengetahui bagaimana ekuitas merek (*brand equity*) Geprek Benu ketika konsumen menyadari adanya iklan (*advertising awareness*) pada media sosial, maka perlu dilakukan penelitian untuk menilai pengaruh tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Geprek Benu di kota Bukittinggi dengan ukuran sampel 70 responden dan teknik pengambilan sampel *convenience sampling*. Data primer didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Analisis data dilakukan dengan *Structural Equation Modeling* dan diolah menggunakan *software* SmartPLS Versi 2.0 M3. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa *advertising awareness* berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness*, *advertising awareness* berpengaruh signifikan terhadap *brand image*, *advertising awareness* tidak berpengaruh terhadap *brand equity*, *brand awareness* berpengaruh signifikan terhadap *brand image*, *brand awareness* tidak berpengaruh terhadap *brand equity*, dan *brand image* berpengaruh signifikan terhadap *brand equity* pada Geprek Benu di kota Bukittinggi.

Kata Kunci: *Advertising Awareness, Brand Awareness, Brand Image, Brand Equity.*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 15 Januari 2019. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.
			
Nama Terang	Erizal N, SE., MM	Faisal Ali Ahmad, SP., MM	Winny Alna Marlina, ST., MM
Mengetahui,			

Koordinator
Kampus II Payakumbuh
Lukman, SE., M.Si
NIP. 196411231993031003



Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas Andalas dan mendapatkan nomor alumnus:

	Fakultas / Universitas
No. Alumni Fakultas:	Nama: Tanda Tangan:
No. Alumni Universitas:	Nama: Tanda Tangan: