

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, INOVASI PLATFORM, BRAND
AWARENESS PADA TRUST PLATFORM
CROWDFUNDING KITABISA.COM**



Oleh:

Vanessa Alexandra Amadea / 31030170009

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

FAKULTAS BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

2020

**HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING*, INOVASI
PLATFORM, *BRAND AWARENESS* TERHADAP *TRUST*
PADA *PLATFORM CROWDFUNDING KITABISA.COM***

Oleh:

Vanessa Alexandra Amadea

3103017009

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. Wahyudi Wibowo, ST., MM.

NIDN. 0715047402

Tanggal: 12 Desember 2020



Digitally signed by
Dominicus Wahyu
P., SE, MM
Reason: kartu
bimbingan
Date: 2020.12.05

Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM.

NIDN. 0714126901

Tanggal: 12 Desember 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang telah ditulis oleh Vanessa Alexandra Amadea NRP 3103017009

telah diuji pada tanggal 15 Januari 2021 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Dr. Dra.Ec.Sri Yunan Budiarsi, MS.

NIDN. 0001065703

Mengetahui:

Dekan,



Dr. Ludovicus Lasdi, MM.,Ak.,CA.,CPA
NIDN 0713097203

Ketua jurusan,



Digitally signed by Robertus
Sigit H.L. SE., M.Sc
DN: C=ID, OU=Management
Department, O=Widya
Mandala Catholic University
Surabaya, CN="Robertus
Sigit H.L. SE., M.Sc",
E=hod-manage@ukwms.ac.
id
Reason: I am approving this
document
Location: Surabaya
Date: 2021-01-28 13:36:09

Robertus Sigit H.L, SE.,M.Sc.

NIDN 0703087902

**PERNYATAAN PERSETUJUAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi berkembangnya ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vanessa Alexandra Amadea

NRP 3103017009

Judul : PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, INOVASI PLATFORM, BRAND AWARENESS TERHADAP TRUST PADA PLATFORM CROWDFUNDING KITABISA.COM

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya saya, dan apabila jika terbukti saya melakukan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula karya tulis ini untuk dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan dan persetujuan publikasi karya ilmiah saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 2020

Yang menyatakan

A green 6000 postage stamp with a signature over it. The stamp features the text 'PERTEMAN TEMPEL' and '6000'.

Vanessa Alexandra

3103017009

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmatNya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir dengan baik. Penulisan tugas akhir dengan judul “Pengaruh *Social Marketing*, Inovasi *Platform*, *brand awareness* terhadap *trust* Pada *Platform Crowdfunding* kitabisa.com”. Tugas akhir ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam menyelesaikan tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulisan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CPA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit, SE. M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Dr. Wahyudi Wibowo, ST., MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Dominicus Wahyu Pradana, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan saran sehingga tugas akhir dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yang telah memberikan seluruh ilmu yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman dari Dapur Sekte dan teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 17 yang selalu memberi dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna sehingga masih banyak kekurangan. Oleh karena itu penulis

mengharapkan adanya kritik dan saran agar kedepannya tugas akhir ini dapat menjadi karya yang lebih baik lagi. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat dan berguna bagi pihak memerlukan.

Surabaya, November 2020

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'V. Alexandra', with a stylized 'V' and 'A'.

Penulis

Vanessa Alexandra

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vii
Abstrak.....	ix
BAB 1	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	7
BAB 2	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.2 <i>Brand Awareness</i>	13
2.2 Penelitian Terdahulu.....	13
2.3 Pengembangan Hipotesis	22
2.4 Rerangka Konseptual	22
2.5 HIPOTESA	24
BAB 3	25
3.1 Desain Penelitian	25
3.2 Identifikasi, Definisi Operasional, dan Pengukuran Variabel.....	25
3.2.1 Definisi Operasional.....	26
3.2.2 Alat dan Skala Pengukuran.....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	28
3.4 Metode Pengumpulan Data	28
3.5 Populasi dan sampel	29
3.6 Analisis Data.....	29
3.6.1 Uji Normalitas.....	29
3.6.2 Uji Validitas	30
3.6.3 Uji Reliabilitas	30
3.6.4 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.6.5 Uji Hipotesis	30

BAB 4	32
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	32
4.1.1 Karakteristik Responden.....	32
4.1.1.1 Jenis Kelamin	32
4.1.1.3 Pekerjaan Responden	33
4.1.1.4 Penghasilan Responden	33
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	35
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Media Marketing</i>	36
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Inovasi Platform	37
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel Brand Awareness.....	38
4.3 Hasil Analisis Data	39
4.3.1 Uji Validitas	39
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	41
a. Uji Normalitas	41
4.3.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	43
4.3.5 Uji Hipotesis Secara Parsial (t).....	45
4.3.6 Uji F	46
4.4 Pembahasan.....	47
4.4.1 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	47
4.4.2 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	47
BAB 5	50
5.1 Simpulan	50
5.2 Keterbatasan	50
5.3 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah donasi di Kitabisa.com.....	3
Tabel 2.1	Tabel Kompetitor Lembaga Sosial	10
Tabel 2.2	Perbandingan Peneliti Dahulu dengan Penelitian sekarang.....	15
Tabel 3.1	<i>Goodness of Fit</i>	30
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	33
Tabel 4.4	Interval Rata-Rata Setiap variable	33
Tabel 4.5	Variabel Kepercayaan.....	34
Tabel 4.6	Variabel Social Marketing.....	35
Tabel 4.7	Variabel Inovasi <i>Platform</i>	36
Tabel 4.8	Variabel Inovasi <i>Platform</i>	38
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas	42
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	44
Tabel 4.13	Hasil Uji t	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan fintech pada tahun 2019 di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Jumlah <i>campaign</i> dan donator yang bergabung tahun 2020	2
Gambar 2.2 Testimonial kitabisa.com dari Ridwan Kamil	12
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....	23
Gambar 4.1 Grafik Normal Plot	41
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	55
Lampiran 1.....	55
Lampiran 2.....	59
Lampiran 3.....	69
Lampiran 4.....	90

PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, INOVASI PLATFORM, BRAND AWARENESS TERHADAP TRUST PADA PLATFORM CROWDFUNDING KITABISA.COM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh *social marketing*, *inovasi platform*, *brand awareness* pada *trust* platform crowdfunding kitabisa.com. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan 200 responden yang terdiri dari pengguna kitabisa.com yang pernah berdonasi selama 6 bulan terakhir. Responden telah mengisi kuesioner yang diberikan menggunakan bentuk *google form*. Teknis analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan uji t dan uji f menggunakan aplikasi SPSS 23.

Peneliti menggunakan SPSS sebagai alat dalam penelitian ini. Penelitian ini membuktikan bahwa *social media marketing*, *inovasi platform* dan *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *trust*.

Kata Kunci: *Trust, social media marketing, inovasi platform, brand awareness*

**THE EFFECT OF TRUST, SOCIAL MARKETING, PLATFORM
INNOVATION ON BRAND AWARENESS ON KITABISA.COM
CROWDFUNDING PLATFORM**

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of social media marketing, platform innovation, brand awareness in trust of kitabisa.com. This research uses quantitative research methods, with 200 respondents consisting of kitabisa.com users who have donated in the last 6 months. Respondents fill out a questionnaire given using the google form. The data analysis technique used is multiple linear regression with the t test and f test using the SPSS 23 application.

Researchers used SPSS as a tool in this study. This study proves that social media marketing, platform innovation and brand awareness have a positive and significant effect on trust

Keywords: Trust, social media marketing, inovasi platform, brand awareness